ハンドブック
消 費 者
２０１０

消費者庁企画課

はじめに

この冊子は、消費者政策の状況、関係機関の活動状況、消費生活に関係の深い事項について、最新の情報をもとに、その概況を幅広く収録したものであり、多くの消費者がそれらについての理解を深めることにより、消費者トラブルの未然防止・拡大防止につながることを目的として作成しております。

昨今、消費者トラブルが急増し、その内容も多様化・複雑化する等、消費者を取り巻く経済社会環境は大きく変化しています。また、食の安全・安心という消費生活の最も基本的な事項に対する消費者の信頼を揺るがす事件や、高齢者の生活の基盤である資産を狙った悪質商法による消費者被害などが相次いで発生しています。

こうした状況に鑑み、消費者の立場を重視した消費者政策の推進に万全を期すため、平成21年９月に消費者庁・消費者委員会が創設されました。

消費者庁は、各主体による施策が円滑に遂行されるよう調整するとともに、必要な事案に対し、自ら迅速に対応することが期待されています。そして、そのような期待の下、関係機関との連携を図りながら、消費者政策の推進に全力を挙げて取り組んでおります。

本年３月には、平成17年に策定した旧消費者基本計画が計画の最終年度末を迎えたことから、平成22年度からの５年間を対象とする新たな消費者基本計画をとりまとめたところです。同計画においては、「消費者の安全・安心の確保」や「消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」などを主な課題として今後５年間に講ずべき171の具体的施策を盛り込むとともに、同計画を実効性あるものとするため、具体的施策の取組状況について十分な検証・評価・監視を行うこととしています。

このような最近の消費者行政の動向の変化を踏まえ、この度、「ハンドブック消費者2010」を作成しました。作成にあたりましては、消費生活に関係の深い事項について、最新の情報をもとに、その概況を幅広く収録するという従来の方針に沿いつつも、従来のハンドブック消費者の構成を見直し、読者の方にとっての読み易さ・使い易さの観点から、消費生活の場面ごとに構成することにしております。

消費者利益の擁護・増進のための取組が各方面で進められる中で、この冊子が消費者をめぐる諸問題についての理解を深めるために役立つことができれば幸いです。

平成22年９月

消費者庁企画課

目　次

はじめに

Ⅰ．我が国の消費者政策 …… 1

［1］消費者問題の推移と消費者政策 …… 3

（参考）消費者政策の軌跡 …… 5

［2］消費者基本法 …… 6
1．消費者保護基本法から消費者基本法へ …… 6
2．法律の概要 …… 6

（参考）消費者保護基本法の改正について …… 8
（参考）1．「消費者の権利」 …… 8
2．「消費者の権利」と基本的施策との関係 …… 9
3．ケネディ大統領の４つの権利 …… 10
4．国際消費機構（ＣＩ）の８つの権利と５つの責任 …… 10

［3］消費者庁・消費者委員会の創設 …… 11
1．消費者庁・消費者委員会創設の経緯 …… 11
2．消費者庁について …… 13
3．消費者委員会について …… 14

（参考）これまでの消費者委員会の活動 …… 15

［4］「消費者基本計画」の概要 …… 16
1．「消費者基本計画」の全体構成 …… 16
2．消費者政策の基本的方向 …… 16
3．「消費者基本計画」の検証・評価・監視 …… 17

（参考）「消費者基本計画」の概要 …… 17

［5］消費者政策の推進体制 …… 18
1．国の体制 …… 19
2．地方公共団体の体制／消費生活センター …… 19
3．独立行政法人国民生活センター …… 22
4．ＯＥＣＤ／ＣＣＰ（消費者政策委員会） …… 25

Ⅱ．各分野における消費者政策 …… 27

［1］消費生活全般 …… 29
1．消費者契約法 …… 29
2．不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法） …… 31
3．約款 …… 32
(1) 普通取引約款 …… 32
(2) 宅配便、トランクルームサービス及び引越運送の標準約款 …… 33
(3) クリーニング業、理容業、美容業、一般飲食店営業及びめん類飲食店営業の標準営業約款（Ｓマーク） …… 35

［2］情報の収集・発信、分析・原因究明の体制 …… 38
(1) ＰＩＯ－ＮＥＴ …… 38
(2) 事故情報データバンク …… 38
(3) 事故情報分析タスクフォース …… 39
(4) 製品評価技術基盤機構による情報収集・発信 …… 39
(5) 原因究明・検査機関 …… 40

［3］食品 …… 41
1．食品の安全・安心の確保 …… 41
(1) 食品安全行政の体制 …… 41
(2) 食品中の残留農薬等の規制 …… 43
(3) 食品添加物の規制 …… 44
(4) その他の規制 …… 46
(5) リスクコミュニケーションの推進 …… 46
(6) トレーサビリティの取組 …… 48
(7) 輸入食品の安全性の確保 …… 50
2．広告その他の表示の適正化等 …… 50
(1) 農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（ＪＡＳ法） …… 50
(2) 食品・外食の原産地表示 …… 54
(3) 有機食品の検査認証制度 …… 56
(4) 遺伝子組換え食品 …… 57
(5) 食品の期限表示 …… 58
(6) アレルギー物質を含む食品 …… 58
(7) 保健機能食品制度等（栄養機能食品、特定保健用食品） …… 59
(8) 食品表示についての巡回調査 …… 60

［4］医薬品・医療機器等 …… 62
(1) 回収制度 …… 62
(2) 患者用の説明文書の公開 …… 62

（3）医薬品副作用被害救済制度等…… 63

［5］工業製品等…… 65
1．製品安全４法…… 65
（1）消費生活用製品安全法…… 65
（2）液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律…… 66
（3）ガス事業法…… 67
（4）電気用品安全法…… 68
2．日本工業規格表示制度（ＪＩＳマーク表示制度）…… 69
3．自動車…… 70
（1）リコール制度…… 70
（2）自動車アセスメント等…… 70
4．化学製品…… 72
（1）リスク評価…… 72
（2）リスク管理…… 73
（3）リスクコミュニケーション…… 74
5．家庭用品（家庭用品品質表示法）…… 76

［6］特定商取引等（訪問販売等）…… 77
1．特定商取引に関する法律（特定商取引法）…… 77
2．消費者トラブルが発生している契約・販売類型…… 78
（1）点検商法…… 78
（2）ＳＦ商法(催眠商法) …… 79
（3）次々販売商法…… 80
（4）キャッチセールス・アポイントメントセールス…… 81
（5）デート商法（恋人商法）…… 81
（6）資格講座商法(士（さむらい）商法)…… 82
（7）内職・モニター商法…… 83
（8）マルチ商法…… 84
（9）送り付け商法(ネガティブオプション) …… 85
（10）特定継続的役務提供…… 85
（11）現物まがい商法…… 86

（参考）太陽光発電装置等の販売に係る消費者トラブル …… 87
クーリングオフ制度…… 87
内容証明の制度…… 90
簡易裁判所における民事裁判手続…… 91

［7］金融商品等…… 93
（1）預金保険制度…… 93
（2）金融商品の販売等に関する法律…… 94
（3）資金決済に関する法律 ……96
（4）保険業法 ……98
（5）金融商品取引法 ……99
（6）商品先物取引 ……100

（参考）委託者保護ガイドライン ……102
（参考）商品取引所法の改正　～トラブルのない商品市場を目指して～ ……103
（7）未公開株取引 ……104

［8］消費者信用取引 ……105
（1）消費者信用のしくみ ……105
（2）販売信用 ……110
（3）消費者金融 ……111
（4）個人信用情報機関 ……112
（5）多重債務問題への対応 ……114

［9］不動産 ……116
1．不動産取引の適正化 ……116
（1）住宅の品質確保の促進等に関する法律 ……116

（参考）住宅の品質確保の促進等に関する法律の概要 ……117

（2）住宅瑕疵担保履行法 ……118
（3）宅地建物取引における媒介契約 ……118
（4）（財）不動産適正取引推進機構 ……119
（5）不動産特定共同事業 ……120
（6）賃貸住宅標準契約書 ……121
（7）定期賃貸住宅標準契約書 ……122
（8）原状回復をめぐるトラブルとガイドライン ……123
（9）リフォーム対策 ……124
（10）マンション管理 ……125
（11）定期借家制度 ……127
（12）建設工事紛争審査会 ……128
2．広告その他の表示の適正化等 ……129
（1）住宅性能表示制度 ……129
（2）建物部品の防犯性能 ……129
①　指定建物錠の防犯性能表示制度 ……129
②　防犯性能の高い建物部品（防犯建物部品）の表示について ……131

［10］インターネット等取引 ……133
（1）ＩＴ安心会議 ……133
（2）電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律 ‥133

（3）電子商取引及び情報財取引等に関する準則…… 134
（4）電気通信サービスの広告表示に関する自主基準等の取組…… 136
（5）迷惑メール対策…… 137
（6）インターネット通販…… 139
（7）フィッシングの防止…… 139
（8）個人情報の保護に関する法律…… 140
（9）情報セキュリティに関する知識の普及…… 151
（10）インターネット上の違法・有害情報対策…… 151

（参考）アフィリエイトやドロップシッピングに係る消費者トラブル …… 154

［11］その他…… 155
（1）無限連鎖講(ねずみ講) …… 155
（2）利殖商法…… 155
（3）架空請求・不当請求トラブルへの対応…… 156
（4）偽造・盗難キャッシュカードによる被害の防止・救済…… 158
（5）サービス（エステティック）…… 163
（6）旅行業…… 163
（7）販売業者による安全情報提供の促進…… 164
（8）計量法…… 165

［12］公正かつ自由な競争の促進…… 167
1．私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）…… 167
2．著作物再販適用除外制度…… 167

［13］国際的な連携の確保のための枠組み…… 169
（1）コーデックス委員会 …… 169
（2）ＯＥＣＤ／ＣＣＰ（消費者政策委員会）…… 170
（3）ＩＣＰＥＮ（消費者保護及び執行のための国際ネットワーク）…… 171
（4）日中韓消費者政策協議会…… 171
（5）ＥＵ（欧州連合）における消費者行政…… 171
（6）ＣＩ（国際消費者機構）…… 172
（7）ＩＳＯ（国際標準化機構）／ＣＯＰＯＬＣＯ（消費者政策委員会）
－国際標準化への対応－…… 173

［14］環境の保全への配慮…… 175
（1）環境に関する表示…… 175
①　エコマーク事業…… 175
②　グリーンマーク事業…… 176
③　省エネルギー情報提供事業…… 177
④　国際エネルギースタープログラム…… 178
⑤　建築環境総合性能評価システム …… 179
⑥　グリーン購入ネットワーク …… 182
（2）消費者啓発及び教育の充実と関係主体間のネットワーク化 …… 183
①　地球温暖化防止国民運動「チャレンジ25キャンペーン」の推進 …… 183
②　循環型社会に向けた３Ｒの普及啓発 …… 185
③　家庭生活における環境保全の取組支援 …… 187
④　環境カウンセラーの人材情報提供 …… 187
（3）消費者に身近な化学製品に関する危険有害性情報の提供と理解の促進 …… 188

［15］被害の拡大防止、救済と苦情処理・紛争処理 …… 190
1．消費者団体訴訟制度 …… 190
2．財産犯等の犯罪収益のはく奪及び被害回復 …… 194
（1）被害回復給付金支給制度 …… 194
（2）振り込め詐欺救済法 …… 195

（参考）集団的消費者被害救済制度の検討 …… 197

3．製造物責任法と関連施策 …… 197
4．損害賠償制度のあるマーク制度 …… 200
（1）ＢＬマーク …… 200
（2）その他のマーク付損害賠償制度 …… 201
5．裁判外紛争解決手続（ＡＤＲ） …… 203
（1）裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律（ＡＤＲ法） …… 203
（2）金融分野における裁判外の紛争解決支援制度（金融ＡＤＲ） …… 203
（3）国民生活センター紛争解決委員会 …… 204
6．日本司法支援センター …… 205

［16］消費者教育・啓発活動 …… 207
1．消費者教育の概要 …… 207
（1）消費者教育の体系的・総合的推進 …… 207
（2）学校における消費者教育の推進 …… 208
（3）地域における消費者教育の推進 …… 209

（参考）消費者教育の推進に係るこれまでの取組 …… 209
財団法人消費者教育支援センター …… 210

2．各分野の消費者教育 …… 212
（1）食育の推進 …… 212
（2）法教育 …… 214
（3）環境教育 …… 215
（4）金融教育 …… 216
（5）メディアリテラシーの向上 …… 219

３．普及啓発の概要 221

参考資料 227

Ⅰ　消費者基本法 229

Ⅱ　消費者基本計画 235

Ⅲ　消費者安全法 243

Ⅳ　製造物責任法 253

Ⅴ　消費者契約法 255

Ⅵ　製品関連事故に係る消費生活相談の概要と主な訴訟事案 279

Ⅶ　消費者契約法に関連する消費生活相談の件数等 286

Ⅷ　消費者団体の活動状況 288

Ⅸ　消費者政策関連制度等 293
① 消費者支援功労者表彰制度 293
② 消費生活に関する資格認定制度等 293
③ (社)消費者関連専門家会議（ＡＣＡＰ） 294
④ (社)全国消費生活相談員協会（ＪＡＣＡＳ） 295
⑤ (社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（ＮＡＣＳ） 295
⑥ (財)日本消費者協会 296
⑦ (社)全国警備業協会 297
⑧ (財)日本クレジットカウンセリング協会 298
⑨ 公益通報者保護制度の円滑な運用 299
⑩ 成年後見制度 300

Ⅹ　全国の消費生活条例の制定・改正状況 302

Ⅺ　苦情相談等の処理状況 304
・消費者庁 304
・金融庁 305
・警察庁 305
・総務省 305
・農林水産省 306
・経済産業省 306
・国民生活センター・消費生活センター 308

Ⅻ　危害情報 311
・危害情報システム 311
・事故通知件数の年度別推移 313
・医薬品等安全性情報報告制度 314
・家庭用品に係る健康被害病院モニター制度 314

ⅩⅢ　商品テスト 316

ⅩⅣ　消費者問題年表 317

（参考）
１．消費者政策担当部局 333
２．国民生活センター及び消費生活センター 342
３．ホームページアドレス一覧 359

I

我が国の消費者政策

［1］消費者問題の推移と消費者政策

我が国経済社会の変化に伴い、消費者問題にもその様相に変化が見られます。

①　1960年代

1960年代には、経済が高度成長を遂げ、大量生産・大量販売の仕組みが広がる中で、欠陥商品による消費者危害の発生や不当表示事件が発生しました(ニセ牛缶事件(1960年)、サリドマイド事件(1962年)等)。こうした動きに対応するため、政府においても消費者問題への取組が本格化し、個別分野における法令の整備(薬事法(1960年)、割賦販売法(1961年)、景品表示法(1962年)など)が進められるとともに消費者政策担当部局が相次いで設置されました(経済企画庁国民生活局(1965年))。

1968年5月には消費者保護基本法が制定され、消費者政策の基本的枠組みが定められました。また、地方公共団体においても、消費者保護基本法でその責務が規定されるとともに、地方自治法で消費者保護が地方の事務として規定(1969年)されたことを受け、消費者政策専管部局や消費生活センターの設置が進められ、その後、地域の実情に応じた施策を講じるため、都道府県・政令指定都市等で消費者保護条例が順次制定されていきました。

②　1970年代

1970年代には大衆消費社会を背景とした製品の安全性の問題がさらに大きくなるとともに、マルチ商法など新たなタイプの消費者問題が発生し、被害を引き起こしました。こうした中で、消費者トラブルも商品の品質・性能及び安全性に関するものから、商品の販売方法や契約等に関するものへと比重がシフトしました（訪問販売等に関する法律（1976年、現特定商取引法）等)。

また、1970年10月には、消費者問題の情報提供や苦情相談対応、商品テスト、教育研修等を担う機関として国民生活センターが設立されました。

③　1980年代

1980年代は、経済の情報化、サービス化、国際化等の動きが加速するとともに、クレジットカードの普及等により消費者による金融サービスへのアクセスが容易になりました。消費者問題も、これを受け、クレジットカードの普及などによる多重債務等に係る問題が増加するなど、その内容が変化し複雑化しました。これに対して、消費者信用取引の適正化や消費者契約の適正化等のための施策等が実施されました(訪問販売等に関する法律の改正等)。また、いわゆるバブル経済の中で資産形成取引に伴う問題が急増したため、これに対応する法令が整備されました(特定商品等の預託等取引契約に関する法律(1986年)等)。

④　1990年代～2000年代前半

1990年代は、消費者と事業者との間の一般的な民事ルールの整備が進み、製造物責任法(1994年)、消費者契約法(2000年)などが制定されました。また、ＩＴ革命と言われる急激な高度情報化によって、インターネットを代表とする新しい情報通信技術が我が国においても急速に発展しました。この情報通信技術の多様化、複雑化に対し、適切な対応方法を十分に身に付けることができない消費者もあり、新たな消費者問題が発生しました。この状況を受けて、電子消費者契約法（2001年)、個人情報保護法（2003年）などが整備されました。

他方、2001年のＢＳＥ（牛海綿状脳症）問題発生など食の安全に対する国民の信頼感を揺るがす事件に対応するため、食品安全基本法（2003年）が制定され、食品安全委員会が設立されました。

⑤　2000年代後半以降

2005年４月には、2004年６月の消費者基本法の制定（消費者保護基本法を36年ぶりに改正）を受け、消費者政策の計画的な推進を図るため、平成17年度（2005年４月）から平成21年度（2010年３月）までの５年間を対象とする消費者基本計画が定められました。政府は、この計画に基づき消費者政策を展開してきました。

しかしながら、この間、食の安全・安心という消費者生活の最も基本的な事項に対する消費者の信頼を揺るがす事件や、高齢社会を迎えるに当たって高齢者の生活の基盤である資産を狙った悪質商法など、暮らしの土台そのものを揺るがす問題が生じました。これに加え、消費者被害の発生に伴う行政の対応に対して、消費者の間に行政への大きな不審を招く事案が相次いで生じました。

こうした状況の中、多くの方の念願であった消費者庁・消費者委員会が2009年９月に創設され、消費者政策は新たなステージを迎えました。

政府は、新たなステージに入った消費者政策について、平成22年度（2010年４月）から平成26年度（2015年３月）までの５年間を対象とする新たな消費者基本計画を2010年３月に策定しました。現在、消費者庁では、関係機関との連携を図りながら、新たな基本計画に盛り込まれた内容をはじめとした消費者政策の推進に全力を挙げて取り組んでおります。

（参考）消費者政策の軌跡

年代	主な消費者問題の事例	主な消費者関連法律の整備状況	主な消費者行政組織等の整備状況
1960年代	消費者の生命身体を脅かす事件の多発 （1960）にせ牛缶事件 （1962）サリドマイド事件 （1968）ＰＣＢ問題発生 （1969）欠陥自動車問題	（1960）薬事法制定 （1961）割賦販売法制定 （1962）不当景品類及び不当表示防止法制定 （1968）消費者保護基本法制定	（1961）経済企画庁（現内閣府）に国民生活向上対策審議会発足 （1963）農林水産省に消費経済課設置 （1964）通商産業省（現経済産業省）に消費経済課設置 （1965）経済企画庁に消費者行政課設置 （1968）消費者保護会議設置
1970年代	（1971）果実飲料表示問題 ヤミカルテル問題 （1976）マルチ商法等 悪質商法問題 （1976）ねずみ講 （1976）サラ金問題	（1972）食品衛生法改正 （1972）景品表示法改正 （1973）消費生活用製品安全法 （1973）化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律 （1973）有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律 （1976）訪問販売等に関する法律（訪販法）制定 （1977）独占禁止法改正（課徴金制度導入） （1978）無限連鎖講の防止に関する法律制定	（1970）国民生活センター設立
1980年代	（1983）食品添加物問題 クレジット問題 資産形成取引に絡む問題 （豊田商事事件等） クレジット多重債務者問題	（1982）海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律（海先法）制定 （1983）貸金業の規制等に関する法律制定 （1984）割賦販売法改正 （1985）海先法改正 （1986）有価証券に係る投資顧問業の規制等に関する法律制定 （1986）特定商品等の預託等取引契約に関する法律制定 （1987）抵当証券業の規制等に関する法律制定 （1988）無限連鎖講の防止に関する法律改正 （1988）訪販法改正 （1989）前払式証票の規制等に関する法律改正	
1990年代	契約、解約に関するトラブルの増大 民事ルールの充実 インターネット取引に係る問題の増大	（1992）ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律 （1994）製造物責任法制定 （1994）不動産特定共同事業法制定 （1998）金融システム改革法 （1999）訪販法及び割販法改正 （1999）住宅品質確保促進法 （1999）貸金業規制法、出資法、利息制限法改正	（1991）運輸省に「消費者行政課」を設置
2000年代～	いわゆる「ワン切り」問題多発 （2001）ＢＳＥ問題発生 （2002）食品偽装表示事件等の多発 （2003）自動車メーカーによる虚偽報告、リコール隠し （2003）米国でＢＳＥ感染牛の確認。同国からの牛肉等の輸入停止 （2004）架空請求・不当請求問題 （2004）振り込め詐欺被害の多発 （2004）組織的なヤミ金融事犯に係る犯罪被害財産の発覚 （2004～2005）偽造・盗難キャッシュカードによる被害の急増 （2005）悪質な住宅リフォーム問題 （2005）耐震偽装問題 （2005）多重債務問題の深刻化 （2006）製品事故の顕在化 （2006）シンドラー社エレベーター事故 （2007）ミートホープ事件等の食品偽装表示事件の発覚 （2007）こんにゃくゼリーによる窒息死事故の顕在化 （2007）ＮＯＶＡ事件 （2007）Ｌ＆Ｇ（円天）事件 （2008）中国冷凍ギョウザ問題 （2008）事故米穀不正規流通問題	（2000）訪販法（特定商取引法に改称）及び割販法改正 （2000）消費者契約法制定 （2000）金融商品の販売等に関する法律制定 （2001）電子契約法制定 （2001）プロバイダー責任制限法制定 （2002）迷惑メール防止法（特定電子メールの送信の適正化等に関する法律制定、特定商取引法改正） （2002）有線電気通信法改正（ワン切り規制） （2002）ＪＡＳ法改正（罰金額引き上げ） （2002）ＢＳＥ対策特別措置法公布 （2002）農薬取締法改正 （2003）食品安全基本法制定 （2003）食品安全関連５法制定 （2003）ＨＡＣＣＰ支援法(食品の製造過程の管理の高度化に関する臨時措置法)の一部改正 （2003）景品表示法改正 （2004）特商法改正 （2004）消費者基本法成立 （2004）公益通報者保護法制定 （2004）いわゆる金融機関本人確認法改正 （2005）いわゆる携帯電話不正利用防止法の成立 （2005）独占禁止法改正 （2005）特定電子メールの送信の適正化等に関する法律改正 （2005）食育基本法成立 （2005）ＪＡＳ法改正 （2005）預貯金者保護法成立 （2006）消費者契約法改正（消費者団体訴訟制度の制定） （2006）金融商品取引法成立 （2006）犯罪被害財産等による被害回復給付金の支給に関する法律制定（被害回復給付金支給制度導入） （2006）消費生活用製品安全法改正 （2006）貸金業法改正 （2007）犯罪収益移転防止法成立 （2007）住宅瑕疵担保履行法制定 （2007）消費生活用製品安全法、電気用品安全法改正 （2007）振り込め詐欺救済法成立 （2008）消費者契約法、景品表示法、特商法改正（差止訴訟の対象拡大） （2008）特定電子メールの送信の適正化等に関する法律改正 （2009）米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律（米トレーサビリティ法）制定 （2009）ＪＡＳ法改正 **（2009）消費者庁関連３法成立** （2009）独占禁止法改正 （2009）商品取引所法等改正法成立	（2001）内閣府設置（国民生活局移管） （2003）公正取引委員会　内閣府に移管 （2003）農林水産省に消費･安全局を設置 （2003）食品安全委員会設置 （2003）総務省に「消費者行政課」を設置 （2004）消費者政策会議設置 （2005）金融庁に「金融サービス利用者相談室」設置 （2009）警察庁に「生活経済対策管理官」を設置 **（2009）消費者庁・消費者委員会設置** （2010）消費者庁に「地方協力課」を設置

［2］消費者基本法

１．消費者保護基本法から消費者基本法へ

従来の消費者政策は、事業者を業法等に基づき規制するという手法を中心に展開されてきました。そこでは、一般的には消費者は行政に「保護される者」として受動的に捉えられてきました。また、消費者保護基本法においては、国及び地方公共団体は「消費者の保護に関する施策」を実施することとされ、消費者の「保護」を通じて消費者の利益の擁護及び増進を確保することが基本とされていました。

しかし、消費者保護基本法が1968年に制定されて以降、急速な経済成長、広範な分野にわたる規制改革の推進、ＩＴ化や国際化の進展等により消費者をとりまく環境は著しい変化を遂げました。

このような変化の中で、消費者政策の基本的な考え方や施策の内容を抜本的に見直し、21世紀にふさわしい消費者政策として再構築することが不可欠であるとの認識の下、国民生活審議会消費者政策部会において、2002年６月より「21世紀型消費者政策の在り方」につき議論が開始されました。

そして、21世紀にふさわしい消費者政策のグランドデザインを提示することを目指し、国民生活審議会消費者政策部会での議論が行われ、2003年５月に国民生活審議会消費者政策部会報告「21世紀型消費者政策の在り方について」として取りまとめられました。

同報告書では、消費者の位置づけの転換、消費者の権利を位置づけることが必要とされ、これを踏まえ、①消費者政策の理念を明確化、②行政・事業者の責務と消費者の役割を明確化、③施策に関する規定を充実、④苦情処理体制の明確化と裁判外紛争解決の位置付け、⑤行政の推進体制を充実・強化を始めとして消費者保護基本法の総合的な見直しが提言されました。

この提言も踏まえ、消費者保護基本法の改正機運が高まり、各政党においても消費者保護基本法の見直しが議論されました。そして、2004年通常国会において、議員立法により同法が改正され、2004年５月26日に成立、同年６月２日に消費者基本法として公布・施行されました。

２．法律の概要

主な改正事項は以下のとおり。

（1）基本理念の新設

消費者が安全で安心できる消費生活を送れるようにするためには、消費生活における基本的な需要が満たされ、健全な環境の中で消費生活を営むことができる中で、

・安全の確保

・選択の機会の確保

・必要な情報の提供
・教育の機会の確保
・意見の反映
・被害の救済
がまずもって重要であり、これらを消費者の権利として位置づけています。
　そして、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を消費者政策の基本とすること等が規定されました。

（2）事業者の責務等の拡充

①　事業者については、従来の規定に加えて、
・消費者の安全及び消費者との取引における公正の確保
・消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること
・消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること（適合性原則）等
を責務とするとともに、環境の保全への配慮、自主行動基準の策定等による消費者の信頼の確保に努めることが規定されました。

②　消費者については、自ら進んで、消費生活に関し必要な知識を修得し、必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努める旨が規定されました。これに加え、消費生活における環境の保全への配慮、知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない旨が規定されました。

③　また、今回の改正により事業者団体及び消費者団体に関する規定が新設されました。事業者団体は、事業者と消費者との間に生じた苦情処理の体制整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努める一方、消費者団体は、情報の収集・提供、意見の表明、消費者に対する啓発・教育、消費者被害の防止・救済等、消費生活の安定・向上を図るための健全かつ自主的な活動に努める旨が規定されました。

（3）基本的施策の充実・強化

・安全確保の強化
（危険な商品の回収、危険・危害情報の収集・提供の促進）
・消費者契約の適正化の新設（契約締結時の情報提供や勧誘の適正化等）
・消費者教育の充実
（学校、地域、家庭、職域など様々な場を通じた消費者教育の実施）
・苦情処理及び紛争解決の促進の充実
（都道府県・市町村がともに苦情処理のあっせんを実施等）
等の改正が行われました。

（4）消費者政策の推進体制の強化

・消費者政策を計画的・一体的に推進するために、消費者基本計画を策定
・従来の「消費者保護会議」が「消費者政策会議」へと改組
・国民生活センターは、情報提供等の中核的機関として積極的役割を果たすこと等が規定されました。
　また、施行後５年を目途として、消費者政策のあり方について検討が加えられ、その結果に基づいて必要な措置が講ぜられることになっています。

問い合わせ先
○消費者庁企画課
電話 03-3507-9253

（参考）消費者保護基本法の改正について

１．改正の背景

①　消費者保護基本法は、1968年に議員立法により制定され、我が国消費者政策の基本的な枠組みとして機能してきた。
②　しかしながら、同法制定後36年が経過し、消費者を取り巻く経済社会情勢は大きく変化。
③　消費者が安全で安心できる消費生活の実現のため、消費者保護基本法を現代の経済社会にふさわしいものとして抜本的に見直し、消費者政策を充実・強化していくことが必要。

２．主な改正事項

①　基本理念の新設
・安全の確保等を「消費者の権利」として尊重
・消費者の自立を支援　等
②　事業者の責務等の拡充
・事業者は情報提供や自主行動基準の作成等に努める
・消費者は知識の修得等に努める
③　基本的施策の充実・強化
・消費者契約の適正化
・消費者教育の充実　等
④　消費者政策の推進体制の強化
・消費者基本計画を策定
・消費者保護会議を消費者政策会議として機能を強化。
⑤　法律名の変更
・「消費者保護基本法」から「消費者基本法」へ

（参考）

１．「消費者の権利」

消費者が安全で安心できる消費生活を送れるようにするためには、
・安全が確保されること
・適切な選択を行えること

・必要な情報を知ることができること
・消費者教育を受けられること
・意見が反映されること
・被害の救済が受けられること

等がまずもって重要であり、これらを「消費者の権利」として位置付け、消費者政策を推進する上での理念とする必要があります。

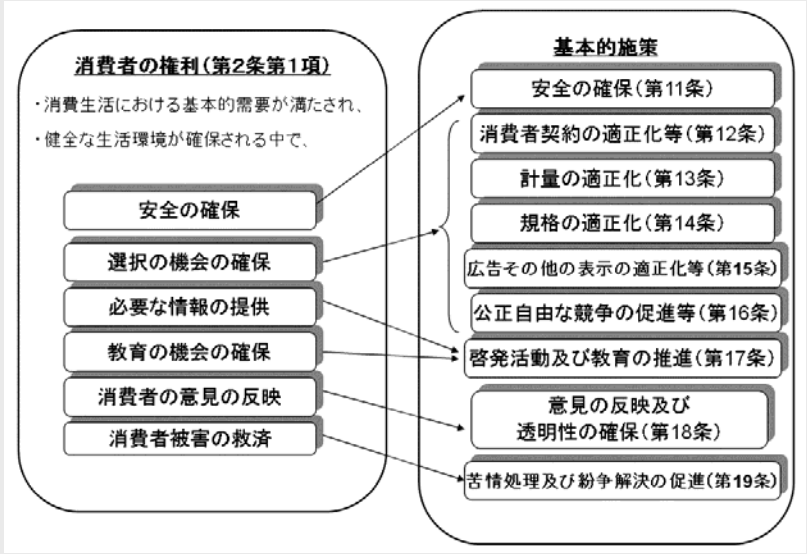
「消費者の権利」という概念は、1962年に米国のケネディ大統領が、「消費者の利益の保護に関する連邦会議の特別教書」において、

・安全への権利
・情報を与えられる権利
・選択をする権利
・意見を聴かれる権利

の４つの権利を提示して以来、諸外国においても一般的なものとなっています。諸外国においては、欧州経済共同体の理事会で採択された「消費者の保護及び啓発のための第一次政策プログラム」（1975年）に規定されています。また、法令においては、韓国、中国、イタリアの消費者保護法等において消費者の権利が規定されています。

「消費者の権利」は、消費者として確保されるべき基本的な事項を理念的・宣言的に示すものです。これにより直接に具体的な権利・義務関係が生ずる性格のものではありませんが、「消費者の権利」を明記することにより、行政、事業者、消費者のそれぞれが消費者の利益の擁護及び増進のためにとるべき行動の方向性が明確になり、個別法令の整備や施策の充実を促進する上での指針となるという意義があります。

２．「消費者の権利」と基本的施策との関係



３．ケネディ大統領の４つの権利（1962年）

①　「消費者の利益の保護に関する連邦議会への特別教書」において、以下の４項目を「消費者の権利」（Consumer Rights）として提示。

- 安全への権利
- 情報を与えられる権利
- 選択をする権利
- 意見を聴かれる権利

②　同教書では、

・「消費者の権利」の実現に支障ないようにすることは、連邦政府の責任
・その責任を果たすため、立法並びに行政措置をとることが必要

とされている。

③　上記に基づき、公正包装及びラベル表示法（1966年）、消費者信用保護法（1968年）、消費者製品安全法（1972年）等が制定された。

４．国際消費者機構（ＣＩ）の８つの権利と５つの責任（1982年）

①　消費者団体の国際的組織であるＣＩ（Consumers International：国際消費者機構）が、次の８項目を「消費者の権利」として提唱。

- 生活のニーズが保証される権利
- 安全への権利
- 情報を与えられる権利
- 選択をする権利
- 意見を聴かれる権利
- 補償を受ける権利
- 消費者教育を受ける権利
- 健全な環境の中で働き生活する権利

②　また、前述の「消費者の権利」とともに、次の５つを「消費者の責任」（Consumer Responsibilities）として提唱

- 批判的意識を持つ責任
- 主張し行動する責任
- 社会的弱者への配慮責任
- 環境への配慮責任
- 連帯する責任

［3］消費者庁・消費者委員会の創設

１．消費者庁・消費者委員会創設の経緯

これまで、消費者行政は、事業者の保護育成を主な目的とする各省庁が、付随的なテーマとして、所管する分野ごとにいわゆる縦割りの形で規制を行われてきました。すなわち、消費者の保護は、事業者の育成・保護を通じた国民経済の発展を図る中で、事後的かつ個別的に行われてきたという側面がありました。

確かに、このような産業保護・育成中心の行政は、戦後の貧困からの脱却に大きな役割を果たしており、急速な経済発展は日本モデルとして世界から注目を集めました。また、当時の経済政策下では主として所得の拡大を通じて、生活水準を高めることが目指されており、国民の期待も標準的な生活に置かれていました。

しかしながら、グローバル化、複雑化した社会においては、消費者問題は複雑化の傾向にあり、複数の省庁にまたがる事案も数多く発生するなど、これまでの行政では適切に対処することが困難な状況でした。加えて、昨今、食の安全・安心という消費生活の最も基本的な事項に対する消費者の信頼を揺るがす事件や、高齢者の生活の基盤である資産を狙った悪徳商法による消費者被害などが相次いで発生しております。

こうした社会状況の変化などを踏まえ、これまでの行政をパラダイム（価値規範）転換し、国民一人ひとりの立場に立ったものとするため、各省庁の所管分野に横断的にまたがる事案に対し、いわば消費者行政の司令塔として機能し、各行政機関の権限の円滑な調整を行うとともに、必要な事案に対しては、自ら迅速に対応する新たな組織の設立に向けた検討が開始されました。

この新組織の検討は、有識者により構成された消費者行政推進会議（座長：佐々木毅学習院大学法学部教授）において進められ、2008年６月に、同会議の取りまとめに沿った形で「消費者行政推進基本計画」が閣議決定されました。

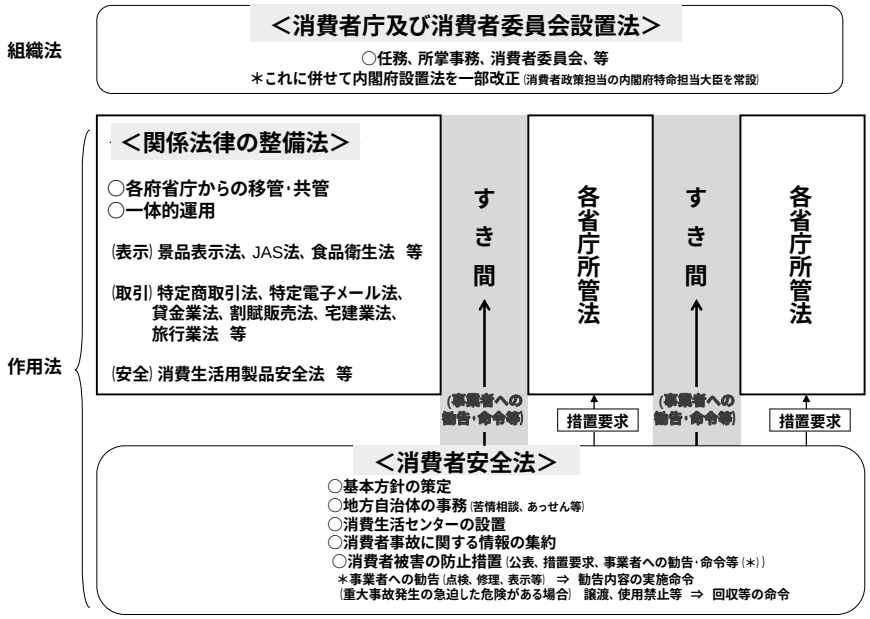
同計画は、①内閣府の外局として消費者庁を設置すること、②一元的な相談窓口を設置した上で、消費者庁に情報の集約分析機能、司令塔機能を持たせること、③消費者被害の防止やすき間事案への対応などのための新法を策定すること、④消費者庁は、「表示」「取引」「安全」など、消費者に身近な問題を取り扱う法律を所管することなどを主な内容とするものです。

その後、この計画で示された内容を踏まえ、第170回国会（2008年）に消費者庁の設置などを目的とするいわゆる「消費者庁関連３法案」（関連３法案）が提出されました。関連３法案は、「消費者庁設置法案」（設置法案）、「消費者庁設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律案」（整備法案）及び「消費者安全法案」（安全法案）の３法案から構成されており、①設置法案は、内閣府の外局として消費者庁を設置し、その中に消費者政策委員会を設置するというもの、②整備法案は、従来各省庁が所管していた、「表示」（食品衛生法、ＪＡＳ法、景品表示法など）、「取引」（特定商取引法、消費者契約法など）、「安全」（消費生活用製品安全法、食品安全基本法など）に関する法律を消費者庁に移管するというもの、③安全法案は、都道府県への消費生活センターの必置、同センターなどを通じた消費者事故情報の消費者庁への一元的集約、各省庁への措置要求などを通じての消費者庁の調整権限、各省庁の規制がなされていない「すき間」事案に対処する消費者庁の勧告・命令権限などを定めたものです。

関連３法案は、衆議院及び参議院にそれぞれ設置された消費者問題に関する特別委員会において審議され、消費者政策委員会を消費者委員会と改めて権限を強化し、消費者庁設置法案の題名を「消費者庁及び消費者委員会設置法」案と改めるなどの所要の修正を経て、第171回国会（2009年）において成立しました（下図参照）。

そして、2009年９月１日には消費者庁及び消費者委員会設置法（設置法）が施行され、消費者庁と消費者委員会が発足しました。

消費者庁関連３法の関係



問い合わせ先

○消費者庁総務課
　電話　03-3507-9151
○消費者委員会事務局
　電話　03-3507-8855

２．消費者庁について

消費者庁は、いわゆる官房業務を担当する総務課のほか、消費者問題の解決に向けて、消費者行政に関する企画調整機能を果たす部門（政策調整課、企画課、消費者情報課、地方協力課）と、特定商取引法、景品表示法などの所管法令の執行に関する事務を行う部門（消費者安全課、取引・物価対策課、表示対策課、食品表示課）の２部門から成っています（下図参照）。

消費者庁の組織

消費者庁の任務は、設置法第３条において、消費者基本法第２条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けて、消費者の利益の擁護及び増進、商品及び役務の消費者による自主的かつ合理的な選択の確保並びに消費生活に密接に関連する物資の品質に関する表示に関する事務を行うこととされており、まさに消費者行政全体の司令塔としての役割を果たしていくことが期待されています。

具体的には、

１）消費者の声に耳を傾け、自らが所掌する消費者関連法令を執行すること

２）消費者安全法に基づき、各府省庁、国民生活センターや地方の消費生活センターなどが把握した消費者事故などに関する情報を一元的に集約し、調査・分析を行うこと

３）消費者事故などに関する情報を迅速に発信して消費者の注意を喚起すること

４）各府省庁に対し措置要求を行うとともにいわゆる「すき間事案」については事業者に対する勧告や自ら措置を講じること

などの役割を果たします。

消費者庁の現在の重要課題は、2010年３月に閣議決定された消費者基本計画に盛り込まれている地方消費者行政の充実・強化、独立した調査機関の在り方の検討、食品表示の一元化、被害者救済制度の検討などを挙げることができます。

問い合わせ先

○消費者庁総務課

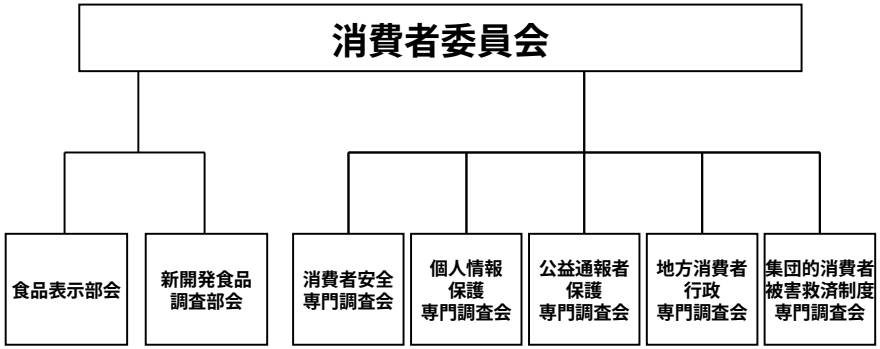
電話 03-3507-9151

３．消費者委員会について

消費者委員会は、消費者の意見が直接届く透明性の高い仕組みであり、かつ、消費者庁を含めた関係省庁の消費者行政全般に対して監視機能を有する、独立した第三者機関として、設置法に基づき、2009年９月１日に、消費者庁とともに、発足しました。

消費者委員会は内閣府に置かれ、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に関して優れた識見を有する者」のうちから、内閣総理大臣が任命する10人以内の委員で組織されます。また、特別の事項を調査審議させるため必要があるときは臨時委員を、専門の事項を調査させるため必要があるときは専門委員を、それぞれ消費者委員会に置くことができます。2010年８月までに、消費者委員会の下部組織として、２つの部会と５つの専門調査会が設置されています（下図参照）。このほか、委員会には事務局が置かれ、事務局長のほか、所要の職員が置かれています。

消費者委員会審議体制イメージ（2010年８月末現在）



消費者委員会の所掌事務としては、設置法第６条において、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策などに関する重要事項について、自発的に調査審議や建

議を行うことができ、内閣総理大臣に対し、消費者安全法第20条の規定に基づいて勧告が行えるなど、いわゆる審議会などとしては強力な権限が付与されています。このほか、内閣総理大臣、関係各大臣等の諮問に応じて、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策などに関する重要事項に関して、調査審議をすることも定められています。

また、設置法第８条において、消費者委員会はその所掌事務を遂行するために必要があると認めるときは、関係行政機関の長に対し、報告を求めることができるほか、資料の提出などその他必要な協力を求めることができるとされています。

消費者委員会は発足以来、2010年８月までに、33回開催されており、消費者基本計画等への意見具申、未公開株取引被害やこんにゃく入りゼリー事故など様々な項目について審議するとともに、自動車リコール制度に関する建議を行ったのをはじめ、関係大臣等に対する意見の提出や、独自の調査報告などを行っています。

（参考）これまでの消費者委員会の活動（2010年８月末現在）

１．消費者委員会のこれまでの主な審議事項

１.消費者基本計画 ２.消費者基本計画の検証・評価・監視について ３.消費者庁の工程表 ４.消費者安全の確保に関する基本的な方針 ５.地方消費者行政の充実強化 ６.事故情報の収集・分析・公表 ７.事故原因究明機関 ８.自動車リコール問題 ９.こんにゃく入りゼリー事故について 10.法執行部門における情報共有 11.改正特定商取引法の施行にともなう問題 12.金融における消費者被害 13.貸金業制度・多重債務者対策について 14.有料老人ホーム 15.架空請求メール 16.集団的消費者被害回復制度 17.裁判外紛争解決（ＡＤＲ）機関 18.健康食品の表示のあり方 19.エコナ問題 20.特定保健用食品の表示許可 21.家庭用品品質表示法に基づく表示の標準の改正（テレビ） 22.個人情報保護 23.公益通報者保護 24.消費者教育 25.国民生活センターのあり方について 26.消費者安全法に基づく国会報告について 27.決済代行業について

２．意見書

「地方消費者行政の充実強化に向けて」（2009年12月）
「消費者基本計画策定に向けての意見」（2010年３月）
「消費者基本計画の検証・評価・監視についての視点」（2010年３月）
「未公開株など投資詐欺被害対策について」（2010年４月）
「消費者安全法に基づく国会報告について今後重視されるべき基本的視点」（2010年６月）
「こんにゃく入りゼリーによる窒息事故への対応及び食品の形状・物性面での安全性についての法整備に関する提言」（2010年７月）
「自動車リコール制度に関する建議」（2010年８月）

３．調査報告書

「地方消費者行政の実態調査報告書」（2010年１月）
「自動車リコール制度に関する実態調査報告」（2010年８月）

問い合わせ先

○消費者委員会事務局
電話 03-3507-8855

［４］「消費者基本計画」の概要

消費者基本法では、消費者政策の基本理念として「消費者の権利の尊重」及び「消費者の自立の支援」を掲げるとともに、その基本理念を具体的に実現する手段として、政府は、長期的に講ずべき消費者政策の大綱となる「消費者基本計画」を定めることとされています。これを受け、政府を挙げて消費者政策の計画的・一体的な推進を図るため、「消費者基本計画」が、2010年３月30日に閣議決定されました（同計画は２代目のもので、初代計画は2005年４月８日に策定されました。）。

１．「消費者基本計画」の全体構成

今次の「消費者基本計画」は、平成22年度（2010年４月）から平成26年度（2015年３月）までの５か年を対象としており、総論として、「消費者基本計画」策定の趣旨、消費者政策の基本的方向性、「消費者基本計画」の検証・評価・監視について記載するとともに、各論として、各府省庁等が取り組むべき171の具体的施策を掲げています。

２．消費者政策の基本的方向

「消費者基本計画」が目指す消費者政策の基本的な枠組みと主な課題は、以下のとおりです。

（1）消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援

① 消費者の安全・安心の確保
② 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保
③ 消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実
④ 消費者の意見の消費者政策への反映と透明性の確保
⑤ 消費者の被害等の救済と消費者の苦情処理・紛争解決の促進

（2）地方公共団体、消費者団体等との連携・協働と消費者政策の実効性の確保・向上

① 地方公共団体への支援・連携
② 消費者団体等との連携
③ 事業者や事業者団体による自主的な取組の促進
④ 行政組織体制の充実・強化

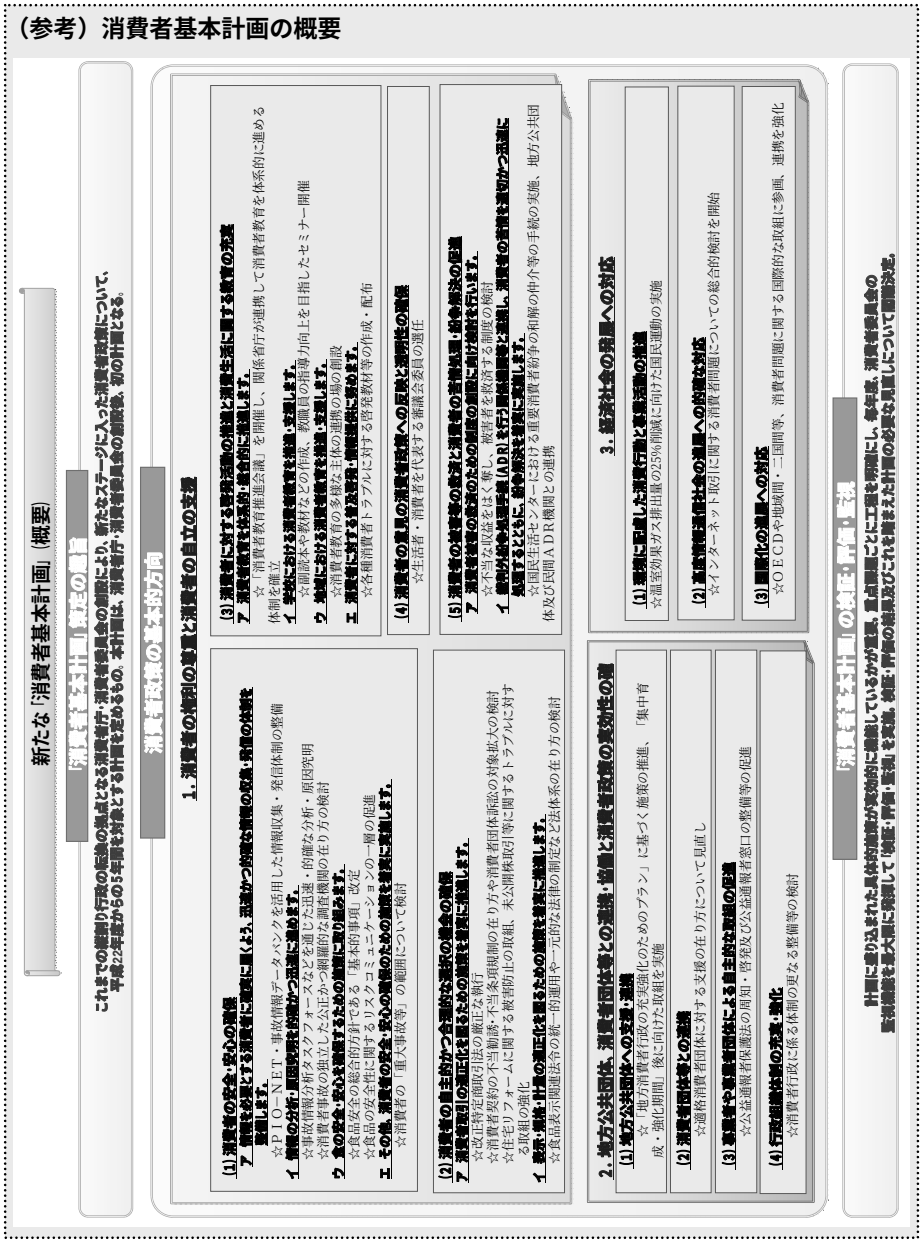
（3）経済社会の発展への対応

① 環境に配慮した消費行動と事業活動の推進
② 高度情報通信社会の進展への的確な対応
③ 国際化の進展への対応

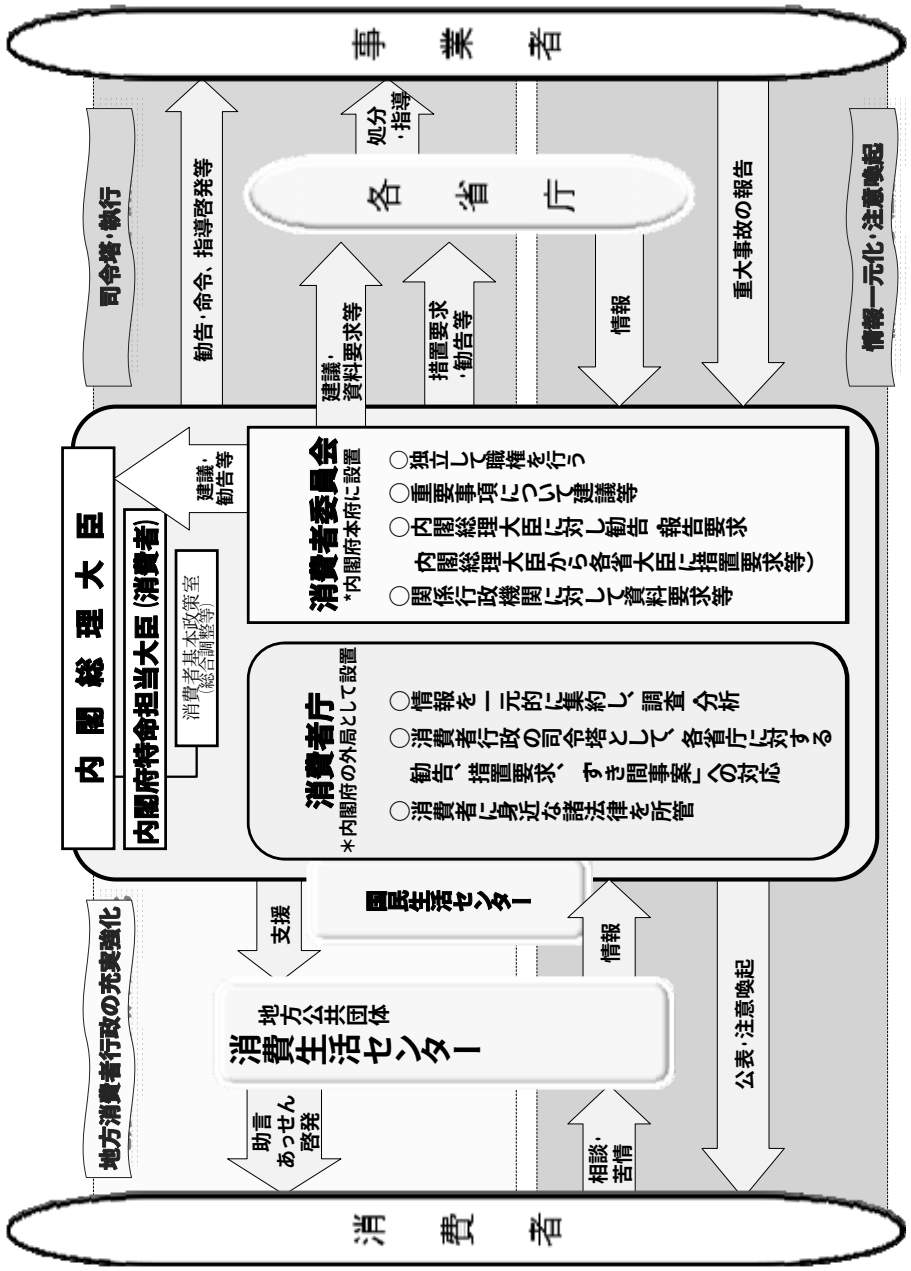
3.「消費者基本計画」の検証・評価・監視

「消費者基本計画」では、毎年度、①計画に盛り込まれた施策の実施状況について、検証・評価・監視を行うこと、②検証・評価の結果とそれによって必要となる「消費者基本計画」の見直しについては閣議決定を行い公表することとされています。

（参考）消費者基本計画の概要



［5］消費者政策の推進体制



１．国の体制

（1）消費者庁・各省庁

消費者庁は、自らが所掌する消費者関連法令を執行すること、消費者事故等に関する情報を一元的に集約し調査・分析を行うこと、消費者事故等に関する情報を迅速に発信して消費者の注意を喚起すること、各省庁に対し措置要求を行うとともにいわゆる「すき間事案」については事業者に対する勧告や自ら措置を講じることなど、消費者行政の司令塔としての役割を担っています（詳細は13ページ参照）。そして、各省庁は、相互間の情報共有を進めながら、的確な役割分担や共同の取組により、それぞれの業務を着実に遂行しています。

また、消費者基本法に基づき、内閣総理大臣を会長とし全閣僚及び公正取引委員会委員長を委員とする消費者政策会議が設置されており、消費者基本計画の案の作成や同計画の検証・評価・監視のとりまとめなどを行う際に会議が開催されています。2010年３月に開催された会議では、平成22年度（2010年４月）から平成26年度（2015年３月）までの５年間を対象とする新たな消費者基本計画の案が作成されました。

（2）消費者委員会

消費者委員会は、消費者庁を含めた各府省庁の消費者行政全般に対して監視機能を有する、独立した第三者機関として、消費者庁及び消費者委員会設置法に基づき、2009年９月に設置されました。消費者行政にかかわる重要事項について調査審議するとともに、内閣総理大臣に対し勧告・報告要求を行い、関係する行政機関に対して資料要求等を行い、重要事項について建議等を行うことなどの事務を行います（詳細は14ページ参照）。

設置されて以来、消費者政策の重要な課題に関し調査・審議が行われ、各種の提言がなされてきています（詳細は15ページ参照）。

問い合わせ先

○消費者庁企画課

電話 03-3507-9166

２．地方公共団体の体制／消費生活センター

（1）地方消費者行政の現況

①　消費生活に関する相談の窓口

1）「消費生活センター」

消費者安全法により規定する消費者からの苦情に係る相談やあっせん及び情報提供等の事務を行うため、都道府県・市町村により設置されています。同法では、都道府県には必置義務、市町村にも設置の努力義務が規定されています(法第10条)。

消費者安全法に規定する「消費生活センター(注)」は、2009年４月１日現在、全国で414の地方公共団体に計501箇所設置されています。詳細については、巻末の「都道府県・市町村等の消費生活センター」をご参照ください。

(注)　「消費生活センター」の基準として、ア）一週間に４日以上相談の窓口を開所していること、イ）消費生活相談について専門的な知識及び経験を有する者を配置していること、ウ）電子情報処理組織その他の設備（ＰＩＯ－ＮＥＴを念頭）を備えていること、とされています。

2）「相談窓口」

また、消費者安全法上の「消費生活センター」の基準は満たさないものの、消費生活に関する相談に対応する相談窓口を設置している市町村は、2009年４月１日現在で1,010となっており、1）で紹介したセンターを設置している自治体数と合計すると、1,424団体で消費生活に関する相談の窓口が設置されています。

以上１）、２）で紹介した「消費生活センター」・「相談窓口」の設置状況をまとめたものが以下の表となっています。

＜地方公共団体における「消費生活センター」・「相談窓口」の設置状況＞

2009年４月１日現在

	都道府県	政令指定都市	市区町村	合　計
自治体数	47	18	1,772	1,837
消費生活に関する相談の窓口を設置している自治体数	47	18	1,359	1,424
うち、「消費生活センター」設置自治体数	47	18	349	414
相談窓口未設置自治体数	－	－	413	413
「消費生活センター」数	123	26	352	501

3）「消費者ホットライン」

全国共通の電話番号から身近な「消費生活センター」や「相談窓口」を案内する「消費者ホットライン」を2010年１月12日より全国にて実施し、相談機会の充実を図っています。消費生活相談で困っている方については、一人で悩まずに、まずは「消費者ホットライン」を利用していただくよう周知を図っています。

ゼロ・ゴー・ナナ・ゼロ　守ろうよ　みんなを

０５７０－　０６４－　３７０

② 消費者行政担当職員・相談員

1）担当職員の配置状況

地方公共団体の消費者行政を担当する事務職員は、都道府県、政令指定都市、市区町村を含めると、2009年４月１日時点で、5,190人となっています。

2）消費生活相談員の配置状況

消費生活相談員は、2009年４月１日時点では、全国で2,800人が配置されています。そのうち、都道府県が714人、政令指定都市が247人、政令指定都市を除く市区町村が1,839人となっています。

以上の消費者行政担当職員数及び消費生活相談員の配置状況をまとめたものが以下の表となっています。

＜地方公共団体における担当職員・相談員の配置状況＞

2009年４月１日現在

	都道府県	政令市	市区町村	合計
消費者行政担当職員数	1,062	237	3,891	5,190
うち、専任職員数	796	222	476	1,494
消費生活相談員数	714	247	1,839	2,800

（注） 以上は、消費者行政を主として担当する部署（「消費者行政本課」）及び「消費生活センター」における配置状況ですが、これらの部署以外で消費者行政に従事する担当者は、4,625名となっています。

③ 組織

都道府県における消費者行政の専管機構・部署の設置状況ですが、専管部署「未設置」が1自治体、「係」レベルが28自治体、「室」レベルが６自治体、「課」レベルが11自治体、「部局」レベルが１自治体となっています(2009年４月１日現在)。

同じく、政令指定都市における消費者行政の専管機構・部署の設置状況ですが、専管部署「未設置」、「室」レベル及び「部局」レベルの自治体はなく、「係」レベルが６自治体、「課」レベルが12自治体となっています(2009年４月１日現在)。

市区町村(1,771市区町村)における消費者行政の専管機構･部署の設置状況ですが、専管「課」以上の部署を設置している市区町村は24団体のみであり、「課」以下の「室」レベルでは28団体、「係」レベルでも131団体となっています(2009年４月１日現在)。

④ 法執行

消費者の安全・安心を確保するためには、消費者からの苦情・相談やあっせんに適切に対応するとともに、被害をもたらしている事業者の行為を是正し、被害の拡大の防止を図る必要があります。よって、国においても消費者関係法令の執行を行っていますが、各都道府県をはじめとする地方公共団体に執行権限が委譲されている法令もあります。また、地方公共団体において、条例を制定し、独自に執行を行っているところもあります。

2009年度の主な法律の執行実績ですが、例えば、景品表示法では、同法に基づく指示が26件、特定商取引法では、同法に基づく指示や業務停止命令が90件行われました。

⑤ 予算

地方公共団体における「消費者行政予算(消費者行政本課及び消費生活センターの予算)」については、都道府県では45.6億円、政令指定都市では16.1億円、市区町村では45.3億円となっており、総額は107億円となっています。

減少が続いてきた消費者行政予算ですが、2008年度と比較すると、6.2億円増加しています。

＜消費者行政予算の動向＞

	平成20年度（最終予算）	平成21年度（当初予算）
都道府県	42.3	45.6（+3.3）
政令指定都市	15.5	16.1（+0.6）
市区町村	43.0	45.3（+2.3）
総額	100.8	107.0（+6.2）

⑥ 条例の制定

消費生活条例は、地方公共団体が消費者行政を実施する場合の基本的な枠組を定めると同時に、消費者の権利･役割、事業者及び行政の責務を明らかにしています。

2009年４月１日現在の制定状況は、都道府県では全自治体、政令指定都市では17自治体、その他の市区町村は60自治体で制定されています。

(2) 国による地方消費者行政の支援

国では、2008年度及び2009年度補正予算にて、「地方消費者行政活性化交付金」(総額約223億円)を措置し、47都道府県に「地方消費者行政活性化基金」が造成され、市区町村も含めてこの「基金」を活用し、消費者行政の充実・強化の取組が実施されています。また、独立行政法人国民生活センターにおいても、消費生活相談専門家による各市町村相談窓口への巡回訪問など各種地方支援事業を行っています(詳細は、「３．独立行政法人国民生活センター」をご参照ください)。

さらに、2011年度末までの「集中育成・強化期間」中の消費者庁における地方消費者行政支援の取組や、地方公共団体への期待等をまとめた「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」を2010年２月に策定し、消費者担当大臣を本部長とする「地方消費者行政推進本部」にて、その推進を図っています。

３．独立行政法人国民生活センター

国民生活センターは、国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査・研究を行うことを目的とした特殊法人として、1970年10月に設立されました。

2003年10月に、独立行政法人国民生活センターとして新たなスタートを切るととも

に、次に挙げる各事業を行っています。また、2004年６月に公布・施行された「消費者基本法」において、消費生活に関する情報の収集・提供、苦情相談などの中核的機関としての役割が明記されました。

（1）情報分析事業

地方公共団体の消費生活センターとネットワークで結んだ「全国消費生活情報ネットワーク・システム（ＰＩＯ-ＮＥＴ：パイオネット … Practical-living Information Online Network System）」により、消費者からの消費生活相談等を収集・蓄積し、分析・評価して情報提供しています。

また、商品・サービス関連事故による消費者被害の未然防止・拡大防止に資するため、商品等による事故情報を消費生活センターから収集し、原因等を調査して情報提供しています。

（2）相談事業

各地消費生活センターからの経由相談に幅広く対応するとともに、消費者からの苦情・問合せ等に対し、助言や情報提供を行う相談業務も行っています。苦情が多発するような問題については、必要な調査、分析を行って、各関係方面へ要望等を行っています。2005年４月からは、個人情報保護に関する苦情相談の受付も開始しています。

また、消費者被害の実態をリアルタイムで把握し、今後の被害拡大防止に役立てるため、2002年４月からインターネットを利用した情報収集システム「消費者トラブルメール箱」を開設しています。

（3）商品テスト事業

全国の消費生活センター等で受け付けた苦情相談の解決のため、また製品事故を未然防止・再発防止し、注意喚起情報を提供するため、衣食住・乗り物等あらゆる分野の商品について、中立的な第三者機関として商品テストを実施しています。重大製品事故や偽装表示のおそれがある商品群については、商品テスト結果を公表して消費者へ注意喚起するとともに、基準の改正や製品改善を行政・業界に要望し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図っています。

その他、商品テスト技術評価研究会・商品テスト企画会議を開催し、全国の消費生活センターにおける商品テストの効率化、技術向上を支援しています。

（4）研修事業

全国の相談窓口の人材育成・資質向上に寄与するため、消費生活相談員を志す者への研修、相談員のレベルアップを図る研修や、行政職員を対象とした研修事業等を各地で展開しています。

消費者行政担当職員、消費生活相談員、企業消費者部門等を対象として、それぞれのニーズに応じたテーマによる教育研修事業を各地で展開しています。また、「全国消費者フォーラム」など、消費生活問題に関わる人々が交流する機会の提供も行っています。

また、消費生活相談員の能力・資質の向上を図るため、「消費生活専門相談員」の資格認定試験を実施しています。

（5）広報事業

毎月、記者説明会を開催して、情報提供しています。

出版物として、「豊かで安全なくらしの実現」をめざす消費者問題専門の月刊誌「月刊国民生活」、毎日の生活に役立つ知識・情報をコンパクトにまとめたハンドブック「くらしの豆知識」（年刊）等を発行しています。その他、消費生活トラブルについて普及啓発用リーフレットを作成し、全国の消費生活センターを通じて配布しています。

インターネットホームページ、メールマガジン等では消費者問題の最新情報や商品回収情報、全国の消費生活センター等消費生活相談窓口の情報提供等、毎日のくらしに役立つ情報を提供しています。

また、2008年度より内閣府からの移管業務として、高齢者・障害者見守り事業(メールマガジン「見守り新鮮情報」の発行、消費者問題出前講座等)を行っています。

（6）ＡＤＲ事業

2009年４月より、独立して職権を行う公正・中立な紛争解決委員会（以下「委員会」）を設置し、消費者紛争のうち、その解決が全国的に重要である紛争（重要消費者紛争）の解決手続を実施しています。

委員会が行う紛争解決手続には、和解の仲介（あっせんや調停に相当）と仲裁の２種類があります。これらの手続については、時効の中断や訴訟手続の中止といった法的効果が付与されています。また、相談処理では解決が困難な紛争にも対応できるよう、出席や資料提出を要求したり、義務履行の勧告などができる仕組みになっています。

手続が終了すると、国民生活の安定・向上のため必要があるときには、委員会は同種のトラブルの解決や未然防止のために、結果の概要を公表しています。

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター　総務部企画調整課
電話 03-3443-6284

４．ＯＥＣＤ／ＣＣＰ（消費者政策委員会）

ＯＥＣＤ消費者政策委員会（ＣＣＰ：Committee on Consumer Policy）は、消費者政策に関する加盟国間の情報及び経験の交換、討議並びに協力の推進を目的として、1969年にＯＥＣＤ（経済協力開発機構）に設置され、本会合は通常年２回開催されています。ＣＣＰでは、加盟国等における消費者問題を検討し、消費者政策の分野における加盟国間の協力の発展・強化に貢献することに取り組んでおり、その活動は、我が国における消費者政策の進展にも大きく寄与しています。

問い合わせ先

○消費者庁企画課

電話 03-3507-9164

II

各分野における消費者政策

［1］消費生活全般

1．消費者契約法

(1) 背景

近年、商品・サービスの多様化により消費者の選択の自由が拡大する反面、消費者と事業者との間にある情報・交渉力の格差を背景に、消費者が事業者との間で締結する契約、いわゆる消費者契約に係るトラブルが増加しています。

こうした中､公正で予見可能性の高い新たな民事ルールとして､消費者契約法は2001年４月１日から施行されています。また、消費者団体訴訟制度を導入するための消費者契約法の一部を改正する法律が2006年５月に成立し､2007年６月７日から施行され、消費者契約法に規定する不当な勧誘行為と不当な契約条項を含む契約の締結に対して、内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体が差止請求をすることが可能となりました。

さらに、2008年に法改正を行い、2009年４月１日より景品表示法へ、同年12月１日より特定商取引法へ消費者団体訴訟制度が導入され、消費者被害の未然防止・拡大防止がより一層図られることとなりました（消費者団体訴訟制度の詳細については、190ページを参照)。

(2) 消費者契約法の概要

① 適用範囲

消費者契約（消費者と事業者との間で締結される契約）に当たる限り、適用除外を設けず全取引を対象とするが､労働契約については適用しない(第２条､第48条)。

② 消費者契約の締結過程に係るトラブルの解決

消費者契約の締結について勧誘するに際し、事業者の以下に掲げる一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合、消費者は契約の申込み又は承諾の意思表示を取り消すことができる。

1)「誤認」類型

ア）重要事項（当該消費者契約の目的となるものの内容又は取引条件であって、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの）について、事実と異なることを告げること（第４条第１項第１号）

イ）当該消費者契約の目的となるものに関し、将来における変動が不確実な事項（将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額など）につき断定的判断を提供すること（第４条第１項第２号）

ウ）ある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ､かつ､当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実（当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る｡)を故意に告げないこと（第４条第２項）

2)「困惑」類型

ア）事業者に対し、消費者が、その住居又はその業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、退去しないこと（第４条第３項第１号）

イ）事業者が勧誘をしている場所から消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、消費者を退去させないこと（第４条第３項第２号）

(3) 消費者契約の契約条項に係るトラブルの解決

消費者契約において、以下に掲げる消費者の利益を不当に害することとなる条項を無効とする。

① 事業者の債務不履行による損害賠償責任を全部免除する条項（第８条第１項第１号）

② 事業者の債務不履行（事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重過失の場合）による損害賠償責任を一部免除する条項（第８条第１項第２号）

③ 消費者契約の事業者の債務の履行に際してなされた不法行為による損害賠償責任を全部免除する条項（第８条第１項第３号）

④ 消費者契約の事業者の債務の履行に際してなされた不法行為（事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重過失の場合）による損害賠償責任を一部免除する条項（第８条第１項第４号）

⑤ 有償契約の目的物の隠れた瑕疵（請負契約においては仕事の目的物の瑕疵）による損害賠償責任を全部免除する条項（第８条第１項第５号)。なお、事業者が瑕疵修補又は代物提供責任を負う場合や他の事業者が同様の責任を負う場合を除く（第８条第２項第１号、第２号)。

⑥ 契約の解除に伴う損害賠償額の予定のうち当該事業者に生ずる平均的な損害の額を超えるもの（当該超える部分）（第９条第１号）

⑦ 消費者が支払期日に遅れた場合、未払額に課される金利のうち年14.6%を超えるもの（当該超える部分）（第９条第２号）

⑧ 民法等の任意規定よりも、消費者の権利を制限し、又は義務を加重する条項であって、信義則に反して消費者の利益を一方的に害する条項（第10条）

(4) 事業者・消費者の努力

事業者は契約内容を明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘するに際し、消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。また、消費者は消費者契約の内容について理解するよう努めるものとする（第３条)。

問い合わせ先

○消費者庁企画課

電話 03-3507-9252

２．不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）

景品表示法は、過大な景品類の提供や虚偽・誇大な表示（不当な表示）による不当な顧客誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限および禁止について定めることにより、一般消費者の利益の保護を図ることを目的としています。

（1）景品類の提供に係る規制

内閣総理大臣は、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するため必要があると認めるときは、告示によって景品類の価額の最高額や総額等を制限することができます。

懸賞の方法により提供する景品類の最高額及び総額は、次表の範囲内でなければなりません。

	取引価額	景品類の最高額	景品類の総額
一般懸賞	5.000円未満	取引価額の20倍	売上予定総額の２％
	5.000円以上	10万円	
共同懸賞(※)	取引価額にかかわらず	30万円	売上予定総額の３％

（※）一定地域の小売業者等の相当多数が共同で行う場合など。

内閣総理大臣は、事業者が一般消費者に対して懸賞の方法によらないで提供する景品類（以下「総付景品」といいます。）の最高額についても定めています。総付景品の最高額は次表の範囲内でなければなりません。総額については制限されていません。

取引価額	景品類の最高額
1.000円未満	200円
1.000円以上	取引価額の2/10

なお、取引に付随しないで新聞広告等により告知し、郵便はがき等で応募させ、くじの方法等により賞品、賞金等を提供する方法は、「オープン懸賞」と呼ばれていますが、オープン懸賞については、提供する賞品等の具体的な金額の上限等の規制はありません。

（2）不当な表示に係る規制

景品表示法は、一般消費者に対し商品・サービスの内容が実際のもの又は事実に相違して他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示や、取引条件について実際のもの又は他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示、また、その他一般消費者に誤認されるおそれがある表示（内閣総理大臣が指定するもの）を不当な表示として禁止しています。ここでいう「一般消費者」とは、商品・サービスについてそれほど詳しい知識を有していない、一般

レベルの常識のみを有している消費者が基準となります（なお、特定の需要者を対象とした商品・サービスについては、その対象となっている需要者一般がその商品・サービスについての一般消費者となります。例えば、子どもによって選択される商品であれば、子どもが一般消費者ということになります。）。

なお、不当表示か否かの判断に際しては、表示を行う事業者の主観的意図はもちろん、その故意・過失も問題とされません。

景品表示法違反行為に対して、消費者庁は措置命令等の措置を、都道府県は指示等の措置を採っています（景品表示法の違反事件の処理状況は、304ページ参照）。

（3）公正競争規約

事業者又は事業者団体は、違反行為を未然に防止することを目的として、景品表示法の規定に基づき、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受けて、業界の自主規制ルールである公正競争規約を設定することができます。

公正競争規約の運用機関である事業者団体（以下「公正取引協議会」という。）の中には、規約の参加事業者に対し、規約に従い適正な表示をしている商品へ「公正マーク」を表示することや、規約への参加事業者であることを示す「会員証」を店頭に表示することを認めているところがあり、消費者は、表示が適正かどうかを判断する際に、「公正マーク」や「会員証」を参考にすることができます。

また、公正取引協議会においては、表示に関する消費者からの相談や苦情を受け付けており、消費者と規約の参加事業者との間に生じた表示に関するトラブル等を解決するため、消費者に対するアドバイスや規約への参加事業者に対する指導等を行っています。

公正競争規約は、2010年７月末現在、景品類に関するもの38件、表示に関するもの68件、合計106件が認定されています。

問い合わせ先

○消費者庁表示対策課

電話 03-3507-8800（代）

３．約款

（1）普通取引約款

消費者取引において、契約条件をあらかじめ定型的に定めた約款が広く用いられていますが、約款は事業者が作成するのが普通であることから、消費者が不利な内容の契約を強いられるおそれもあります。そこで、法律による規制、行政による指導等を通じた約款適正化のための取組がなされています。

約款は、主として事業者が取引の相手方との契約内容をあらかじめ定型化して定めたもので、大量の取引を簡便・迅速に行うことを目的とするものです。大量反復性を特色とする今日の消費者取引を迅速に処理するため、消費者取引においても広く用い

られるようになってきています。

ところが、このような約款は、情報・交渉力の面で優位に立つ事業者が一方的に作成するのが普通であることから、事業者が自己の責任を軽減・免除したりするなど、自己に有利な内容を定めるおそれもないとはいえません。消費者には、契約内容について事実上交渉する余地はなく、契約を結ぶか否かについての選択が与えられているにすぎません。これは、取引において、消費者が実質的に契約の自由や選択の自由を制限されていることにほかなりません。そこで消費者取引に用いられる約款の適正化を図るため、次のような取組がなされています。

① 立法による約款適正化

我が国では、主として各業種ごとの個別法令（鉄道営業法、電気事業法、保険業法等）により約款が規制されています。

このような規制には、その内容・方法がきめ細かいものになるという利点がありますが、規制の及ぶ業種・取引形態が限定され、また、新たに法令を制定するとしても、規制が事後的になるという問題があります。そこで海外では、このような問題に対応して、欧州諸国のように、業種や取引形態を問わずに約款を包括的に規制する法令を整備している例があります。

② 行政等による約款適正化

我が国においては､業種所管行政庁により約款に関する指導等が行われています。その方法としては、１）法令に定められた約款の許認可権限等に基づき、適正な約款の作成等を指導するもの、２）約款を直接規制する法令はないが、当該業種に対する事業監督の一環として、適正な約款の作成等を指導するもの、があります。

なお、適格消費者団体（191ページ参照）は、不当条項を含む約款を用いた消費者契約の締結について差止請求をすることができ、約款の適正化に一定の役割を果たしています。

問い合わせ先

○消費者庁企画課

電話 03-3507-9166

個別業種の約款については、所管行政庁

（2）宅配便、トランクルームサービス及び引越運送の標準約款

宅配便、トランクルームサービス、引越運送などについては、消費者保護と契約内容の適正さの確保を図るため、事業者が使用する約款について、記載すべき標準的な事項を標準約款としてあらかじめ定めて公示しています。

宅配便、トランクルームサービス、引越輸送などの一般消費者を対象とする物流サービスが近年急速に成長しています。このような物流サービスについて従来適用されてきた標準貨物運送約款、標準倉庫寄託約款は、企業間の取引を前提として制定されたもので、生じたトラブルに対し、必ずしも消費者保護の観点から適切な解決が得られないという問題がありました。そこで、利用者の保護を図るため、これらの物流サービスについて標準約款が制定され、1985年11月から宅配便、1986年５月からトランクルームサービス、1987年３月（2001年４月に改正）から引越輸送について実施されています。これらの標準約款の実施により、事業者の責任やサービス内容の明確化が図られ､利用者はこれらの物流サービスを安心して利用できるようになりました(各々については、運賃及び料金制度も整備されております。また、トランクルームサービスについては、2001年６月に行われた倉庫業法の改正により、消費者への配慮という点で基準に適合するトランクルームを国土交通大臣が優良認定する制度が創設されたところです)。

（注） 標準約款制度とは、約款の内容の適正さの確保、約款の認可等に伴う行政手続の簡素化を図るため、行政庁が約款に記載すべき標準的内容を定めて公示し、この約款を使用する事業者については、約款の認可、届出を必要としない制度です。

なお、それぞれの標準約款の主要な内容は次のとおりです。

１）標準宅配便運送約款

ア）荷物の運送を引き受ける時に、運送契約の重要事項を記載した送り状を荷物１個ごとに荷送人に交付する。

イ）送り状に荷物引渡予定日を記載することを原則とし、記載しない場合は、運送距離400㎞までは荷物受取日の翌々日、以後400㎞ごとに１日を加算した日が荷物引渡予定日となる。

ウ）荷受人が不在の場合は、荷受人あてに不在連絡票により通知したうえで、事業者はその荷物を持ち帰って保管することを原則とする。ただし、荷受人の隣人等の承諾を得て、当該隣人等に荷受人への荷物の引渡しを委託することがあり、この場合には、不在連絡票に荷物の引渡しを委託した隣人等の氏名が記載される。

エ）荷物に破損等があった場合は、発送地における荷物の価格を基準として、破損等についてはその程度に応じ、標準約款に定めた責任限度額の範囲内で賠償する（主観的価値の高い荷物の破損等についても賠償は責任限度額の範囲内とする)。

２）引越運送約款

ア）事前に無料で見積りの実施及び約款の提示をしたうえで、運賃・料金の額及びサービスの内容をわかりやすく記載した見積書を発行する。

イ）運賃・料金の請求に当たっては、利用者側の責任による場合を除き、見積り額を上回って請求しない。

ウ)キャンセル料について明確化する(利用者側の事情によるキャンセルに限り、引越の前日は見積運賃部分の約10%以内、当日は同20%以内)。

エ）滅失、き損、遅延等についての事業者の責任を明確化し、滅失、き損の場合

は、直接生じた損害を賠償するとともに、遅延の場合も運賃・料金の額の合計の範囲内で賠償する。
（なお、同様の内容の標準貨物自動車利用運送（引越）約款がある。）

問い合わせ先

（宅配便、引越運送について）
〇国土交通省自動車交通局貨物課
（トランクルームについて）
〇国土交通省総合政策局貨物流通施設課
電話 03-5253-8111（代）

(3) クリーニング業、理容業、美容業、一般飲食店営業及びめん類飲食店営業の標準営業約款（Ｓマーク）

クリーニング業、理容業、美容業、一般飲食店営業及びめん類飲食店営業の標準営業約款は、これらの業種について、提供する役務の内容又は商品の品質の表示の適正化や、万一利用者に被害が生じた場合の損害賠償が確実に実施されることを目的として定められたものです。標準営業約款に従って営業を行っている業者は、(財）都道府県生活衛生営業指導センターで登録を受け、標識（Ｓマーク）を掲示しているので、消費者が安心して利用することができる店であることがわかります。

クリーニング業、理容業、美容業、一般飲食店営業及びめん類飲食店営業は私たちの日常生活においてたいへん身近なものです。しかし、それを利用する私たち消費者と業者の間で、様々なトラブルが発生しているという問題があります。この原因の一つとしては、消費者の支払う代金と引換えにこれらの業者が提供するサービスについて、消費者が事前にその役務の内容又は商品の品質を正確に把握できない場合があることが考えられます。

そこで、役務の内容又は商品の品質の表示の適正化に関する事項等を定め、利用者又は消費者に正確な情報を提供して、選択の利便を図ることを目的として、これらの業についてそれぞれ標準営業約款が制定されています。

標準営業約款は､｢生活衛生関係営業の運営の適正化及び振興に関する法律(生衛法)（昭和32年法律第164号)」に基づき、(財）全国生活衛生営業指導センターが作成し、厚生労働大臣が認可、告示することとされており、クリーニング業については、1983年３月、理容業、美容業については、1984年10月、一般飲食店営業及びめん類飲食店営業については、2004年11月に認可され、５業種で設定されています。

また､毎年11月を｢標準営業約款普及登録促進月間」と定め､この期間を中心に(財）全国生活衛生営業指導センターがポスターを作成・配布するなどして、標準営業約款の普及のためのキャンペーンを実施しているところです。

標準営業約款に従って営業を行おうとする業者は、各都道府県にある（財）生活衛生営業指導センターの登録を受けなくてはなりません。登録を受けた業者は、この標準営業約款を遵守するほか､店頭または店内に標識(安全:Safety､衛生:Sanitation､標準：Standardの頭文字の「Ｓ」マーク）とサービス内容の要旨を掲示するものとされています。これにより、消費者はＳマークの表示がある店は標準営業約款に従った安心できるサービスを提供する店であることがわかります。

標準営業約款の内容は以下のとおりです。

① 役務の内容又は商品の品質の適正化の表示

役務の内容又は商品の品質の表示の適正化に関する事項について定めるとともに、サービスの提供にあたって､(財）全国生活衛生営業指導センターが定める業種毎の処理基準に従うことを義務づけています。

② 損害賠償の実施の確保

事故により損害が生じた場合は、所定の賠償基準に基づいて賠償を行うことを定めています。また、この損害賠償が確実に実施されるよう、業者に対して専用の損害保険（クリーニング事故賠償保険、理容所事故賠償保険、美容所事故賠償保険、一般飲食店事故賠償保険、めん類飲食店事故賠償保険）に加入することを義務づけています。

③ 標識等の掲示

厚生労働大臣認可
標準営業約款

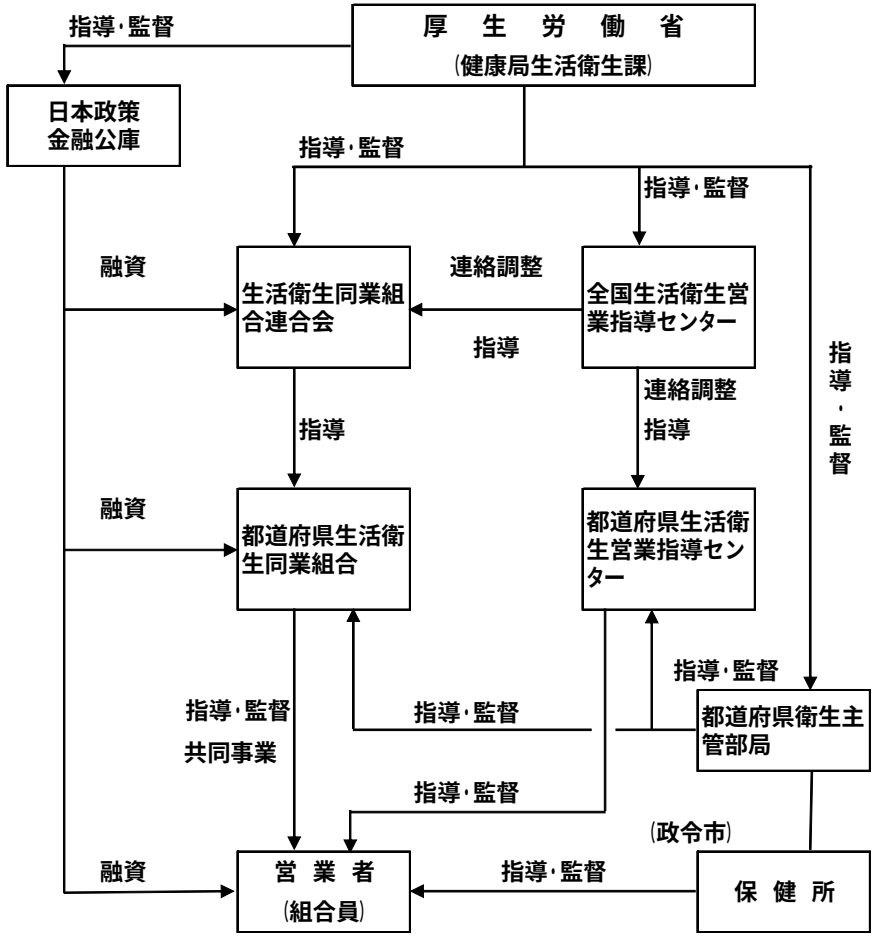
Ｓマーク

Standard（標準）
Sanitation（衛生）
Safety（安全）

④ 登録

（財）都道府県生活衛生営業指導センターが営業者の申出により登録。

○生活衛生関係営業に係る行政組織



問い合わせ先

○厚生労働省健康局生活衛生課
　電話 03―5253―1111（代）
○（財）全国生活衛生営業指導センター
　電話 03―5777―0341

［2］情報の収集・発信、分析・原因究明の体制

（1）ＰＩＯ-ＮＥＴ

全国消費生活情報ネットワーク・システム（ＰＩＯ―ＮＥＴ：パイオネット）とは、地方公共団体の消費生活センターの消費生活相談業務（自治事務）に対する支援、法執行への活用、国・地方公共団体の消費者施策の企画・立案及び国民・住民への情報提供等を通じて消費者被害の未然防止・拡大防止を図ることを目的として、国民生活センターが1984年度から運用しているネットワーク・システムです。

ＰＩＯ―ＮＥＴは、国民生活センター及び消費生活センターが受け付けた消費生活相談情報（危害・危険情報を含む）をデータベース化しています。

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター情報部
　電話 03-3443-8663

（2）事故情報データバンク

事故情報データバンクは、関係機関※（消費者庁など各省庁や各自治体の消費生活センター等）から生命・身体に係る消費生活上の事故情報を一元的に集約して提供するシステムであり、事故の再発・拡大の防止に資する環境整備の一環として、消費者庁と（独）国民生活センターが連携して、関係機関の協力を得て実施する事業です。

事故情報は国民の財産であるという考えに立ち、国民の方々がインターネットから事故情報を自由に閲覧・検索することができます。

事故情報データバンクでは、ご意見やご要望の収集機能を有しており、寄せられた意見等を踏まえて継続的に機能の改善を図り、消費者の事故防止により役立てていきます。

事故情報データバンクのＵＲＬは、http://www.jikojoho.go.jpです。

※関係機関：消費者庁、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省
国民生活センター、消費生活センター、日本司法支援センター、製品評価技術基盤機構、日本スポーツ振興センター　2010年９月時点

（3）事故情報分析タスクフォース

消費者庁において一元的に集約することとなっている重大事故を始めとする消費者事故情報については、消費者庁として独自に対応が必要な事案を抽出し、その分析・原因究明を進めて、再発・拡大防止につなげるため、事故情報分析タスクフォースを設置・活用しています。タスクフォースメンバーからは、医学、工学、化学、衛生学、法学等の関連分野において、高度の専門性と広い見識を有する専門家、実務家によって構成され、迅速・的確な分析・原因究明を進めるために、専門的な見地から、ご助言・ご指導をいただいています。

こうした新たな枠組みによる事故情報の収集、分析に基づいて、個別具体的な注意喚起（例えば、子どものライター火遊びについての注意喚起）等の取組を展開しているところです。

問い合わせ先

（上記 ⑵ ⑶ について）
○消費者庁消費者安全課
電話 03-3507-8800（代）

（4）製品評価技術基盤機構による情報収集・発信

独立行政法人製品評価技術基盤機構（「ＮＩＴＥ」（呼称ナイト））においては、経済産業省所掌に係る製品に関する事故の再発・未然防止を図るため、製品事故に関する情報収集を行っています。

収集したこれらの情報については、ＮＩＴＥがすべてその内容を調査・分析し、必要な場合は再現テスト等を実施しております。その結果を、学識経験者等により構成される事故動向等解析専門委員会による審議・評価を経た上で、定期的に公表しています。また、ＮＩＴＥのホームページ上においても同様の情報提供を行っています。

このうち、重大な製品事故を防止するために定期的に再現実験映像を交えたプレスリリースを実施したり、毎月、製品事故防止の注意喚起やリコール情報を掲載したちらしを作成し、ＮＩＴＥのホームページ上において提供しています。さらに、「夏の事故」、「冬の事故」などの注意喚起リーフレットを作成し、消費生活センター、地方自治体、消防等に配布しています。

また、新聞上等に掲載された社告・リコール情報（回収、点検修理等）についてもＮＩＴＥのホームページ上において提供しています。

問い合わせ先

○独立行政法人製品評価技術基盤機構
電話 06-6942-1113
http://www.nite.go.jp/
http://www.jiko.nite.go.jp（製品安全・事故情報関係）

（5）原因究明・検査機関

①　国民生活センター

製品関連事故による消費者被害の救済にあたっては、消費者の立証負担を軽減するため、製品関連事故の原因究明体制の整備が必要です。国民生活センターは製品関連事故の原因究明の中核的機関の１つとして、自動車関係、家電製品、食品・化学品などの高度専門性を必要とする分析等を中心に、各地消費生活センター等の依頼に基づいて製品関連事故の原因究明のための商品テストを実施しており、消費者被害の未然防止・再発防止にも役立てています。

また、各地消費生活センター等が製品関連事故の原因究明を実施するにあたり、専門性や設備の点で対応ができない場合に利用できるよう、商品テストを実施する機関（公的試験研究機関、民間検査機関、国の機関等）のリストを作成し、国民生活センターのホームページで公開しています。

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター商品テスト部
電話 042-758-3165

②　消費生活用製品関係

消費生活用製品に関する事故の再発・未然防止を図るため独立行政法人製品評価技術基盤機構（ＮＩＴＥ）では、消費生活用製品の事故に関する情報を収集しております。（39ページ参照）また、収集したすべての事故情報について、消費生活用製品安全法に基づき、経済産業大臣の指示の下、内容を調査・分析し、製品事故の原因究明を行い事故原因や再発防止策を公表するとともに、電気用品安全法等製品安全４法の政令や技術基準省令等の改正、経済産業省によるリコールの促進等に寄与し、製品事故の未然防止・再発防止に繋がる活動を行っております。

③　医薬品、医療機器等関係

安全に疑義がある医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療機器については、薬事法に基づき、原因究明を含めて、保健衛生上の危害の防止のための措置を講じることが、製薬企業等に義務づけられています。

また、行政機関では、必要と認めた場合には、衛生研究所等で試験・検査を実施しています。

④　食品関係

独立行政法人農林水産消費安全技術センターは、食品の安全や消費者の信頼を確保するため、国民の健康の保護、環境の保全等を目的とする「農薬取締法」、「飼料安全法」、「肥料取締法」、「ＪＡＳ法」等に基づいて、農林水産大臣の指示により農薬、飼料等の農業生産資材の検査や食品表示に関する検査等を行っています。

［3］食品

１．食品の安全・安心の確保

（1）食品安全行政の体制

①　食品安全基本法の制定と食品安全委員会の設置

食品流通の広域化・国際化が進展し、遺伝子組換えやクローンといった新たな技術の開発が進むなど、我が国の食生活を取り巻く環境が大きく変化し、食品の安全に対する関心が一層高まっています。また、我が国においては、1990年代半ばから腸管出血性大腸菌O157やノロウイルスによる食中毒、2000年代初めにはＢＳＥ（牛海綿状脳症）などの問題が起こりました。

このような状況に的確に対応するため、2003年７月１日に国民の健康の保護を最優先とすることなどを基本理念とする食品安全基本法が施行されるとともに、同法に基づき同日、内閣府に食品安全委員会が設置されました。

食品安全基本法においては、食品に含まれる危害要因(有害な微生物や化学物質等)を摂取することによって人の健康に悪影響を及ぼす可能性がある場合に、その発生を防止し、またはそのリスクを最小限にするための枠組みである「リスク分析」という考え方が取り入れられています。

リスク分析は「リスク評価」、「リスク管理」、「リスクコミュニケーション」の三つの要素からなっており、この考え方に基づき、新たな食品安全行政を展開しています。

②　消費者庁の取組

消費者庁では、消費者の食の安全・安心を確保するため、所要の体制整備を図った上で、リスク管理機関、リスク評価機関等の関係行政機関の協力を得て、消費者に身近な地方公共団体や消費者団体等との連携を図りながら、消費者の立場にたった情報提供、消費者からの意見を施策へ反映することに取り組み、リスクコミュニケーションの一層の充実に努めています。

また、消費者行政の重要な分野のひとつである食品表示制度については、これまで厚生労働省と農林水産省がそれぞれ所管していた、食品衛生法、ＪＡＳ法及び健康増進法に基づく業務を、複数の行政部局にまたがることなく、消費者庁で一元的に所管することとなりました。現在、食品表示に関する課題として、加工食品の原料原産地表示の義務づけの拡大、健康食品の表示のあり方などの課題に取り組んでいるところです。今後は、食品表示に関する一元的な法体系のあり方について、食品衛生法、ＪＡＳ法、健康増進法等の食品の表示の関係法令を統一的に解釈・運用するとともに、現行制度の運用改善を行いつつ、問題点等を把握し、検討を進めることとしています。

③　食品安全委員会の取組

食品安全委員会は７名の委員からなり、原則毎週１回会合を開催しています。委員会の下には、企画やリスクコミュニケーション、緊急時対応に加え、添加物、微生物、遺伝子組換え食品等といった、健康に悪影響を及ぼすおそれがある要因ごとに11の専門調査会が設置され、必要に応じて随時開催しています。

国民の健康の保護を最優先に、科学に基づく食品安全行政を推進するため、厚生労働省や農林水産省などのリスク管理機関から独立して、科学的知見に基づき客観的かつ中立公正な立場からリスク評価（食品健康影響評価）を実施するとともに、リスクコミュニケーションの推進や食品健康影響評価の結果に基づき講じられる施策の実施状況の監視などに取り組んでいます。

④　厚生労働省の取組

食品衛生法は、飲食に起因する衛生上の危害の発生を防止し、公衆衛生の向上及び増進に寄与することを目的として、1947年に制定されたものであり、厚生労働省は同法に基づき、食品、添加物等の流通段階における衛生規制を講じています。具体的には、食品の安全性を確保するため、「リスク分析」の考え方に基づき、食品中の残留農薬等の規制や輸入食品に関する監視指導の計画的な実施等リスク管理施策を講じるとともに、消費者庁・食品安全委員会・農林水産省等の関係省庁と連携し、国民との意見交換会の開催などリスクコミュニケーションの推進を通じて、国民の健康の保護を図っています。

＜食品衛生法2003年の主な改正内容＞

食品の安全性の確保のために必要な規制等を講じることを明らかにするための目的規定の見直し、国・都道府県等及び事業者の責務の明確化、リスクコミュニケーション規定の創設に加え、規格基準の見直し、監視検査体制の強化、食中毒等飲食に起因する事故に対する対応の強化、罰則の強化を行いました。

⑤　農林水産省の取組

農林水産省では、リスク管理部門と産業振興部門とを分離し、食品分野における消費者行政とリスク管理を一元的に担う「消費・安全局」を設置しています。また、都道府県単位に「地方農政事務所」を設置し、食品表示の監視・指導や農薬の販売等に関する調査・指導等を行っています。

１）農場から食卓までの安全確保の徹底

・　農産物や食品に含まれる有害な物質について実態調査を行い、その結果に基づいて適切なリスク管理を実施する
・　農業生産工程管理（ＧＡＰ）の更なる取組の拡大と、取組内容の高度化を推進する
・　食品製造事業者のＨＡＣＣＰ手法の導入を促進する
・　特定家畜伝染病防疫指針に基づき、国、地方公共団体、関係機関等が連携して、家畜の伝染病の発生及びまん延防止等に取り組む

２）リスクコミュニケーションの推進

・　消費者、農業者、事業者等の関係者に分かりやすい情報を積極的に提供するとともに、関係者間の意見交換を実施する

３）消費者の信頼の確保

・　国や地方公共団体による監視等を通じた食品表示の適正化、トレーサビリティの推進、ＪＡＳ規格や食品表示の充実などを通じて、消費者への情報提供を充実させる

問い合わせ先

○内閣府食品安全委員会事務局　食の安全ダイヤル
　電話 03-6234-1177
○消費者庁企画課、消費者安全課、食品表示課
　電話03-3507-8800（代）
○厚生労働省医薬食品局食品安全部企画情報課
　電話 03-5253-1111（代）
○農林水産省消費・安全局消費・安全政策課
　電話 03-3502-8111（代）

（2）食品中の残留農薬等の規制

農薬、飼料添加物及び動物用医薬品（以下「農薬等」）は、農業生産性の向上に重要な役割を果たしていますが、その使用方法によっては人の健康や環境に影響を与えるおそれがあるため、安全性確保のため様々な規制がなされています。食品中に残留する農薬等の成分については、従来から食品衛生法に基づいて食品規格として残留基準を定め、規制が行われてきました。しかし、輸入農産物の増加、使用される農薬の種類の増加等により、その整備・拡充が求められてきたことから、2003年５月に公布された改正食品衛生法に基づき2006年５月29日から、一般に人の健康を損なうおそれのない量として0.01ppmを定め、これを超える残留を許容する場合には、個別にリスク評価を行って残留基準を設定することとする、いわゆるポジティブリスト制度が施行されています。

＜我が国における農薬の規制＞

我が国における農薬の安全性確保のための規制は、内閣府（食品安全委員会）、農林水産省、厚生労働省、環境省が協力して行っており、規制の具体的な内容は、次のとおりです。

我が国では、農薬を製造、加工、輸入するためには、農薬取締法に基づく農林水産大臣の登録を受けなければなりません。登録の申請をする際には、薬効・薬害試験、残留性試験、発がん性等の各種の毒性試験といった、農薬の効果や安全性に関する様々な試験データを提出する必要があります。こうした試験データを基に、様々な角度から農薬の安全性のチェックが行われ、安全性の確認されたもののみ登録され、製造、輸入、販売及び使用できることになっています。

食品安全委員会では、実験動物を用いた慢性毒性試験等から、各々の試験について何ら毒性影響が認められなかった量を求め、そのうち最も小さいものをその農薬の無毒性量とした上で、さらにこの無毒性量に人と動物の違い（種差）や個体差を勘案して通常100倍の安全率を見込んで、人が生涯に渡って毎日摂取しても健康上の影響が生じない量（一日摂取許容量（ＡＤＩ：Acceptable Daily Intake））が設定されます。また、このようにして指定された農薬の摂取量がＡＤＩを下回っているかどうかを確認するために、安全性確保対策の一環として摂取量の調査を実施しています。

厚生労働省では、残留性試験の結果からその農薬を適正に使用してもなお残留し得る量を予測し、日本人が平均的に食べる１日当たりの食品の量などを勘案して、食品安全委員会において設定されたＡＤＩを下回るよう、食品衛生法に基づいて農産物ごとに許容できる農薬の残留量が決められます。

農薬取締法では、登録の申請のあった農薬について、登録を保留するかどうかの判断基準（登録保留基準）が規定されています。環境省では、①作物残留、②土壌残留、③水産動植物の被害防止、④水質汚濁の観点からそれぞれ基準を設定しており、作物残留に関する登録保留基準として、農作物に残留する農薬が食品衛生法に基づく残留農薬基準に適合しない場合を定めています。各種試験のデータがこの基準を満たさない農薬については登録が保留され、その農薬が製造、輸入等されることを未然に防止しています。

また、農薬の安全な使用を確保するために、農薬取締法では、農林水産省及び環境省において、農薬の適正な使用の基準を定め、農薬使用者は、その基準を守って農薬を使用しなければならないこととされています。なお、農薬の使用方法は、登録のあるすべての農薬の容器（例：ビン、袋など）のラベルに記載されていますので、農薬使用者はこのラベルをよく読み、適用農作物の種類、散布量、散布回数や散布時期などを確認し、これを守る必要があります。

問い合わせ先

○内閣府食品安全委員会事務局　食の安全ダイヤル
　電話 03-6234-1177
○厚生労働省医薬食品局食品安全部基準審査課
　電話 03-5253-1111（代）
○農林水産省消費・安全局農産安全管理課農薬対策室
　電話 03-3502-8111（代）
○環境省水・大気環境局土壌環境課農薬環境管理室
　電話 03-3581-3351（代）

（3）食品添加物の規制

現在の豊かな食生活の一端を担っている加工食品を製造する時に使用される食品添加物については、食品衛生法に基づく安全上の規制が行われています。従来は、化学的合成品であるものについてのみを対象とし、厚生労働大臣が指定したものしか使用することはできないとの規制が行われていましたが、添加物の安全性の一層の確保及

び添加物規制の国際的調和を図ることを目的に、1995年の食品衛生法の改正により、天然添加物についても化学的合成品と同様に、原則として指定制の対象とされました（なお、天然香料及び一般に食品として飲食に供されるものであって添加物として使用されるものは除かれています）。また、既に指定されたものでも最新の科学技術による安全性の見直しがなされています。

①　食品添加物の安全性確保

食品添加物は、毎日食べる食品に添加されるものであり、その安全性が十分確認されていなくてはなりません。すなわち、食品に含まれた食品添加物ごとに、人がその食品添加物を一生、毎日食べ続けても、健康を損なうおそれがないことが科学的に裏付けられている必要があります。

このため、厚生労働省は、安全性に関する各種試験データとともに食品安全委員会に食品健康影響評価の依頼を行い、その結果を踏まえ、承認が得られたものについて指定を行っています。（2010年５月末現在403品目が指定されています）。さらに、その使用量についても、実験動物による様々な試験結果から、実験動物に毒性影響が認められない無毒性量をもとに、人がその食品添加物を毎日一生涯にわたり摂取しても健康への悪影響がないとされる量（一日摂取許容量（ＡＤＩ：Acceptable Daily Intake））を推定し、これを十分下回るように必要に応じて使用基準が定められています。また、このようにして指定された食品添加物の摂取量がＡＤＩを下回っているかどうかを確認するために、安全性確保対策の一環として摂取量の調査を実施しています。

なお、近年は、国際基準との整合を図る観点から、国際的に安全性が確認され、かつ欧米諸国において使用が広く認められている添加物については、企業からの要請の有無にかかわらず、国が主体的に指定に向けた検討を進めています。

②　天然添加物の安全性確保

従来は、化学的合成品であるものについてのみ指定制の対象とされていましたが、1995年の食品衛生法の改正により、化学的合成品以外の食品添加物（いわゆる天然添加物）についても原則として対象とされました。また、法改正時点で流通していた天然添加物については、厚生大臣（当時）が既存添加物名簿として公示しており、既存添加物名簿に掲載されているものについては、指定制を適用しないこととされています。このようにして使用を認めている既存添加物について、厚生労働省では、その安全性確認のため、必要により毒性試験等を行っています。

なお、2003年の食品衛生法改正によって、安全性に問題があると判明したものや既に使用実態のないものは既存添加物名簿から当該添加物の名称を消除して、使用を禁止することができることとなりました。2004年７月には、アカネ色素について実施した発がん性試験において、ねずみ（ラット）の腎臓に対し発がん性が認められたとの中間報告があり、食品安全委員会による食品健康影響評価及び薬事・食品衛生審議会における答申を踏まえ、アカネ色素が既存添加物名簿から消除されています。また、2004年12月及び2007年９月に使用実態のない70品目の既存添加物が名

簿から削除され、現在、既存添加物名簿に収載されているものは418品目となっています。

現在、第３回目の消除を行うべく、流通実態の明らかでない80品目の既存添加物について、消除予定添加物名簿として告示し、手続きを進めているところです。

問い合わせ先

○厚生労働省医薬食品局食品安全部基準審査課
電話 03-5253-1111（代）

（4）その他の規制

①　器具・容器包装の安全性確保

食品に直接触れる可能性のある器具・容器包装は、食品衛生法の規制対象であり、器具・容器包装から食品中へ化学物質が移行して健康影響を生じることのないように、規格基準が定められています。

②　乳幼児用のおもちゃの安全性確保

乳幼児は一般に、手にしたものを口に入れたり、舐めたりする行動を示すことから、乳幼児おもちゃのうち、「おしゃぶり」のように乳幼児が口に接触することを本質とするもののほか、手に持って遊ぶことで乳幼児が自ずと口に接触することが考えられるものについては、食品衛生法の規制対象であり、乳幼児が口に入れたり、舐めたりしても衛生上問題がないように、規格基準が定められています。

問い合わせ先

○厚生労働省医薬食品局食品安全部基準審査課
電話 03-5253-1111（代）

（5）リスクコミュニケーションの推進

リスクコミュニケーションは、リスク評価やリスク管理とともに食品の安全性に係るリスク分析の３要素の１つです。この枠組に基づき、リスク評価機関である内閣府食品安全委員会と、リスク管理機関である厚生労働省、農林水産省及び環境省に加え、2009年９月からは消費者庁が連携・協力して、リスク分析の全過程において公正性や透明性を確保し、「リスク評価」や「リスク管理」の決定に反映するためのパブリックコメント等による国民の意見募集や、消費者・生産者・食品関連事業者・行政等の関係者間で意見交換を通じて、リスクコミュニケーションを推進しています。

①　意見交換会の開催

リスクコミュニケーションの主要な取組の一つとして、食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省および環境省が連携して、多くの国民の方に参加いただけるように全国的に意見交換会を開催しています。

意見交換会のテーマは、国民の関心が高い事項を中心に国民に広く知っていただ

きたい事項を設定しており、これまで、食品安全行政全体を扱うような大きなテーマから、ＢＳＥ、農薬、食品添加物、食中毒、輸入食品などを取り上げた個別のテーマまで幅広く意見交換会を行って来ているところです。

意見交換会の参加者は一般から公募しており、誰でも参加することができます。今後の開催情報および過去の意見交換会で使用した資料や議事録については関係府省のホームページに掲載していますので、ご覧ください。

食品安全委員会
http://www.fsc.go.jp/koukan/index.html
厚生労働省
http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/iken/index.html
農林水産省
http://www.maff.go.jp/j/syouan/johokan/risk_comm/index.html

②　積極的な情報提供

食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省及び消費者庁では、食の安全に関する情報や施策の状況、調査結果などをホームページやマスメディアを通じて迅速に公表し、積極的な情報公開と発信に努めています。また、パンフレット、広報誌、メールマガジンなども活用しています。

１）ホームページ

・　「食品安全委員会ホームページ」（http://www.fsc.go.jp/）
　食品安全委員会では、食品に起因する危害情報や安全性などの必要な情報を掲載しています。

・　「食品安全情報」
　（http://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/index.html#top）
　厚生労働省では、報道発表資料、食品の安全に関するQ&A、審議会等の会議資料、食品安全に係る施策の情報などを掲載しています。

・　農林水産省消費・安全局　（http://www.maff.go.jp/j/syouan/index.html）
　食品の安全や消費者の信頼確保のための農林水産省の施策について情報提供しています。

・　「事故情報データバンク」（http://www.jikojoho.go.jp/ai_national/）
　消費者庁では、消費者事故情報について関係機関より事故情報・危険情報を広く収集し、事故防止に役に立てるためのデータを提供しています。

２）メールマガジン

・　「食品安全委員会e‐マガジン」
　食品安全委員会の会議結果概要や開催案内、委員によるコラムなどを、原則毎週金曜日にお届けします。食品安全委員会のホームページから登録できます。
（http://www.fsc.go.jp/sonota/e-mailmagazine.html）

・　「食品安全エクスプレス」
　毎日（月～金）、農林水産省をはじめ各省庁が発出する報道発表資料を中心に、食品の安全及び消費者の信頼確保に関係する情報をお届けします。

３）消費者からの問い合わせへの対応

・　食品安全委員会　食の安全ダイヤル：電話 03-6234-1177
　食の安全について、情報提供、お問い合わせ、ご意見をいただく窓口です。メールでも受け付けています。
（https://form.cao.go.jp/shokuhin/opinion-0001.html）

・　農林水産省消費者の部屋：電話 03-3591-6529
　食料、農林水産業・食品産業、農山漁村等についての情報を発信するとともに、消費者からの情報・相談等を受け付けています。メールでも受け付けています。
（http://www.maff.go.jp/j/heya/index.html）

問い合わせ先

○内閣府食品安全委員会事務局　食の安全ダイヤル
　電話 03-6234-1177
○厚生労働省医薬食品局食品案全部企画情報課
　電話 03-5253-1111（代）
○農林水産省消費・安全局消費者情報官
　電話 03-3502-8111（内線：4600）
○消費者庁消費者安全課
　電話 03-3507-8800（代）

（6）トレーサビリティの取組

①　食品トレーサビリティ

食品のトレーサビリティとは、食品の移動を把握することであり、食品事故が発生した際に、記録等に基づきその移動経路を辿ることにより、問題食品の迅速な回収等の基礎となるものです。トレーサビリティが確保されるためには、生産者や食品事業者が、自らが取り扱う農産物や食品について、いつ、どこから入荷され、いつ、どこへ出荷されたか等を既存の伝票等に基づき把握しておくことが重要であり、農林水産省では、生産者等の取組の普及に取り組んでいます。

②　牛トレーサビリティ

牛肉については、ＢＳＥのまん延防止と消費者の信頼確保を目的に、「牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法」が2003年６月に公布され、同年12月から生産段階の措置が、2004年12月から流通段階の措置が施行されました。

同法により、生産段階では、国内で飼養されるすべての牛に10桁の個体識別番号が付与され、その牛の生年月日や種別（品種）などの情報と、出生から食肉処理までの履歴がインターネットを通じて公開されています。（個体識別情報の管理・公開は、（独）家畜改良センターが行っています。）

流通段階では、国内で飼養された牛の肉（いわゆる「国産牛肉」。ただし、生体で輸入され国内で飼養されたものを含む。）について、販売業者などによる個体識別番号の表示、仕入れと販売（消費者に販売する場合を除く。）を記録することが義務付

けられました。

これらにより、消費者は、購入した国産牛肉について、（独）家畜改良センターのホームページ*にアクセスし、個体識別番号を入力することにより、その牛がどこで生まれ、どこで飼養されたか、種別（黒毛和種、ホルスタイン等）は何かなどの情報を得ることができます。

＊（独）家畜改良センターのホームページへのアクセスは
http://www.nlbc.go.jp/
携帯電話から
http://www.id.nlbc.go.jp/mobile/

③　米・米加工品のトレーサビリティ・原料米の産地情報の伝達

平成20年（2008年）に発覚した事故米穀の不正規流通問題は、米の流通に関する多くの課題を提起しました。

事故米穀の不正規流通問題では流通の各段階において米・米加工品の取引等の情報の記録が残っていない場合や、取引等の情報の記録の提供を拒否される場合があり、事故米穀の流通状況を把握するのに相当の時間を要したり、流通先や用途の特定が困難な場合もありました。

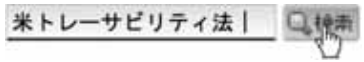
また、消費者が国産米を使った商品と思っていたものにまで、幅広く輸入米が使用され、消費者が認識しないまま輸入米を口にしていたことが明らかになる一方で、米加工品や外食、弁当等を選択する際に、原料米の原産地がわからないことから、米製品全般にわたって消費者の不信が増幅したこともあげられます。

このため、米・米加工品※に関し、食品としての安全性を欠くものの流通を防止し、表示の適正化を図り、及び適正かつ円滑な流通を確保するための措置の実施の基礎とすることを目的とした、米トレーサビリティ法（「米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律」）が平成21年（2009年）４月に成立しました。

同法により、平成22年（2010年）10月からは、生産者を含む米・米加工品を取り扱う事業者に対して、米・米加工品の取引等の記録の作成・保存を義務付けることにより、食品事故などの問題が生じた際に速やかにその流通状況を把握することができるようになります。さらに、平成23年（2011年）７月からは、米・米加工品の取引に際し、原料に用いている米穀等の産地を伝達することを義務付けることにより、産地偽装を防止するとともに、消費者が原料米の産地を知ることができるようになります。

※　米・米加工品：米穀（玄米・精米等）、米粉や米こうじ等の中間原材料、米飯類、もち、だんご、米菓、清酒、単式蒸留しょうちゅう、みりん等

農林水産省のＨＰでは、米トレーサビリティ法についての詳しい情報を掲載しています。



（7）輸入食品の安全性の確保

輸入食品の安全性確保については、食品の輸入及び違反状況等を踏まえて毎年度策定する輸入食品監視指導計画に基づき、重点的、効率的かつ効果的な監視指導を実施しています。具体的には、これまでの違反（検出）事例や海外での情報に基づき、違反の可能性が高いものは、特定の品目ごとに100％検査を実施（検査命令）し、その他のものについてはスクリーニング的に抽出検査（モニタリング検査）を実施しております。モニタリング検査の計画件数については、統計学的に一定の信頼度で違反を検出することが可能な検査数をもとに、食品群ごとに違反率、輸入量を勘案して設定しており、2010年度は約８万５千件の実施を計画しています。

また、2009年度より、これまでの問題発生時の二国間協議や現地調査に加え、計画的に輸出国の衛生対策に関する情報収集及び評価を推進し、問題発生の未然防止を図ることとしています。2010年５月31日には、日中間で「日中食品安全推進イニシアチブ覚書」が締結され、日中両国で輸出入される食品等の安全分野における交流及び協力を促進させていくことで一致しました。

なお、全国31海空港の検疫所に、輸入食品等の監視・指導や検査を行う食品衛生監視員を383名（2010年４月現在）配置するとともに、残留農薬等の高度な分析を行う輸入食品・検疫検査センターへの機器等の増設を行っているほか、検疫所が行う試験検査の一部を登録検査機関への委託を実施しており、輸入時検査体制の充実及び強化を図っているところです。

問い合わせ先

○厚生労働省医薬食品局食品安全部監視安全課輸入食品安全対策室
厚生労働省医薬食品局食品安全部企画情報課検疫所業務管理室
電話 03-5253-1111(代)

２．広告その他の表示の適正化等

（1）農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（ＪＡＳ法）

ＪＡＳ制度は、「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（昭和25年法律第175号）（ＪＡＳ法）」に基づいて、農林物資の①品質の改善、②生産の合理化、③取引の単純公正化及び④使用又は消費の合理化を図るため、農林水産大臣が制定した日本農林規格（ＪＡＳ規格）による検査に合格した製品にＪＡＳマークをつけることを認める「ＪＡＳ規格制度」と、一般消費者の選択に資するために内閣総理大臣が制定した品質表示基準に従った表示を全ての製造業者又は販売業者に義務付ける「品質表示基準」の２つからなっています。

ＪＡＳ制度は、1950年に農林物資規格法に基づくＪＡＳ規格制度としてスタートし、1970年に品質表示基準制度を加えて現在の形となりましたが、その後も社会情勢や消費者のニーズ等を踏まえて、制度の改正が行われています。

1999年７月…ＪＡＳ規格制度を改善し、品質表示基準制度を充実強化するとともに、有機食品の検査認証表示制度を創設した。

2002年６月…食品の偽装表示の多発を踏まえ、消費者への情報提供及び実効性確保の観点から、指示した場合に公表を行うことができるようにするとともに、罰則を強化した。

2005年６月…消費者の食料品等の選択に資するため、流通の方法についての基準を内容とするＪＡＳ規格の制定を可能にするとともに、ＪＡＳマークを貼付することができる製造業者等を認定する登録認定機関の位置付けを国の代行機関から民間の第三者機関へと移行する措置を講じた。

2009年４月…品質表示基準違反の指示又は命令と併せてその旨を公表する規定、及び原産地（原料又は材料の原産地を含む。）について虚偽の表示をした飲食料品を販売した者に対する直罰規定（行政処分を経ずに直接罰則が適用される規定）を新設した。

2009年６月…消費者庁の設置に伴い、内閣総理大臣が消費者委員会の意見を聴いて品質表示基準を制定することとした。また、品質表示基準に違反する製造業者等に対する改善指示は内閣総理大臣又は農林水産大臣が、指示に従わない製造業者などに対する命令は内閣総理大臣が行うこととした。

１）ＪＡＳ規格

ＪＡＳ規格は、加工食品や林産物等の農林畜水産物資（酒類、医薬品等を除く）について、品質、生産の方法及び流通の方法についての基準をその内容としており、検査の結果、この規格に適合したものにはＪＡＳマークが付されています。

ＪＡＳ規格の種類には、ア）品位、成分、性能その他の品質を基準化した規格（一般ＪＡＳ規格）、イ）特色のある生産方法を基準化した規格（特定ＪＡＳ規格）、ウ）特色のある流通方法を基準化した規格（流通ＪＡＳ規格）の３種類があり、このうち流通ＪＡＳ規格は、2005年のＪＡＳ法改正により追加されました。

一般ＪＡＳ規格は、2010年６月現在、即席めんやしょうゆ、果実飲料、合板等51品目について制定されています。

特定ＪＡＳ規格（特別な生産や製造方法、特色ある原材料に着目した規格）は、2010年６月現在、熟成ハム類や地鶏肉、手延べ干しめん等５品目のほか、有機農産物、有機加工食品、有機飼料、有機畜産物、生産情報公表牛肉、生産情報公表豚肉、生産情報公表農産物、生産情報公表加工食品及び生産情報公表養殖魚について制定されています。

流通ＪＡＳ規格は、2010年６月現在、定温管理流通加工食品について制定されています。

	マーク	品　目
一般ＪＡＳ規格	JAS 認定機関名	【食品】39品目 農産物缶詰及び農産物瓶詰、畜産物缶詰及び畜産物瓶詰、水産物缶詰及び水産物瓶詰、豆乳類、にんじんジュース及びにんじんミックスジュース、ハンバーガーパティ、チルドハンバーグステーキ、チルドミートボール、乾めん類、即席めん、植物性たん白、パン粉、農産物漬物、トマト加工品、ジャム類、削りぶし、煮干魚類、ぶどう糖、異性化液糖及び砂糖混合異性化液糖、醸造酢、精製ラード、マーガリン類、ショートニング、食用精製加工油脂、調理冷凍食品、果実飲料、炭酸飲料、ベーコン類、ハム類、プレスハム、ソーセージ、混合ソーセージ、マカロニ類、ドレッシング、風味調味料、乾燥スープ、ウスターソース類、しょうゆ、食用植物油脂 【食品以外】11品目 生糸、畳表、製材、枠組壁工法構造用製材、集成材、枠組壁工法構造用たて継ぎ材、単層積層材、構造用パネル、合板、フローリング、素材
	JAS 認定機関名	【食品】1品目 りんごストレートピュアジュース
特定ＪＡＳ規格	JAS 認定機関名	【食品】5品目 熟成ベーコン類、熟成ハム類、熟成ソーセージ類、手延べ干しめん、地鶏肉
	JAS 認定機関名	【食品】3品目 有機農産物、有機加工食品、有機畜産物
	JAS 認定機関名	【食品以外】1品目 有機飼料
	JAS 認定機関名	【食品】5品目 生産情報公表牛肉、生産情報公表豚肉、生産情報公表農産物、生産情報公表加工食品、生産情報公表養殖魚
流通ＪＡＳ規格	定温管理流通 JAS 認定機関名	【食品】1品目 定温管理流通加工食品

問い合わせ先

○農林水産省消費・安全局表示・規格課

電話 03-3502-8111（代）

２）品質表示基準

1970年にＪＡＳ法を改正して導入された品質表示基準制度は、消費者の経済的利益を守るために、ＪＡＳマークの有無にかかわらず、品名、原材料名、賞味期限等の表示を事業者に義務づけるという制度です。当初は一部の品目に限定されていましたが、1999年のＪＡＳ法改正に伴い、2000年３月31日に品目横断的な品質表示基準として生鮮食品品質表示基準及び加工食品品質表示基準を新たに定め、一般消費者向けに販売されるすべての飲食料品に、品質表示を義務づけることとしました。

また、これら品目横断的な品質表示基準に加えて、それぞれの食品の特性に応じて、個別に品質表示基準が定められている品目もあります。

なお、2009年９月の消費者庁発足にともないＪＡＳ法に基づく品質表示基準の企画立案は消費者庁で行うことになりました。

ア）生鮮食品品質表示基準

生鮮食品については、名称及び原産地等の表示が義務付けられています。

原産地の表示については国産品の場合、原則として、農産物は都道府県名、畜産物は国産である旨、水産物は生産した水域名又は地域名で表示します。また、輸入品の場合、原産国名を表示します。

イ）加工食品品質表示基準

加工食品のうち容器に入れ又は包装されたものについては、名称、原材料名、内容量、賞味期限、保存方法、製造業者等の氏名又は名称及び住所の表示が義務付けられています。

輸入品にあっては、原産国名の表示が必要です。

いちごジャムの表示例

名　　称　いちごジャム
原材料名　いちご、砂糖、ゲル化剤（ペクチン）
　　酸化防止剤（Ｖ．Ｃ）、酸味料
内 容 量　400ｇ
賞味期限　2010.4.15
保存方法　直射日光を避け常温で保存して下さい。
製 造 者　○○食品株式会社
　　東京都千代田区永田町○－○－○

また、従来から個別の品質表示基準により８品目について原材料の原産地表示が義務付けられていましたが、2004 年９月に品目横断的に、加工度が低く、生鮮食品に近い加工食品 20 食品群に拡大しました。（2006 年 10 月義務化）

ウ）水産物品質表示基準

生鮮食品のうち水産物には、生鮮食品品質表示基準に規定する表示事項のほか、解凍、養殖したものについて、その旨表示することが義務付けられています。

エ）玄米及び精米品質表示基準

生鮮食品のうち、容器に入れ又は包装された玄米及び精米については、名称、原料玄米、内容量、精米年月日、販売業者等の氏名又は名称、住所及び電話番号の表示が義務付けられています。

オ）遺伝子組換えに関する表示に係る加工食品品質表示基準第７条第１項及び生鮮食品品質表示基準第７条第１項の規定に基づく農林水産大臣の定める基準

大豆、とうもろこし等の農産物（７作物）及びその加工食品（32食品群）について、「遺伝子組換えのものを分別」、「遺伝子組換え不分別」等の表示が義務付けられています。

また、高オレイン酸遺伝子組換え大豆、高リシン遺伝子組換えとうもろこしを使用した加工食品については、「高オレイン酸遺伝子組換え」等の表示が義務付けられています。

問い合わせ先

○消費者庁食品表示課
　電話 03-3507-8800（代）

（2）食品・外食の原産地表示

①　食品の原産地表示

食品の原産地表示は、食品を選択する際の目安として、消費者の関心が高い項目の一つです。このためＪＡＳ法に基づく品質表示基準において、全ての生鮮食品に原産地表示を、また、製品として輸入される全ての加工食品に製造した原産国の表示を義務づけているところです。

国内で製造・加工される加工食品については、一部の品目を除いてその原材料の原産地を表示する義務がなく、例えば、生鮮食品である牛肉には原産地表示がされているのに、牛肉にタレをかけた味付けカルビには原産地表示がないという状況が、消費者にとってわかりにくい表示の一つとされていました。

このため、2004年９月にＪＡＳ法に基づく品質表示基準を改正し、乾燥野菜類、調味した食肉類、塩蔵魚介類など、原材料の原産地の違いが製品の品質に大きく影響すると考えられる生鮮食品に近い加工食品20食品群について、その主な原材料の原産地を表示することとし、2006年10月から義務付けました。さらに、2009年10月から、「緑茶飲料」と「あげ落花生」が追加されました。

なお、従来から個別の品質表示基準により表示が義務付けられていた８品目のうち、20食品群に含まれない、農産物漬物、野菜冷凍食品、うなぎ加工品、かつお削りぶしの４品目については引き続き産地を表示することが義務付けられています。

１．乾燥きのこ類、乾燥野菜及び乾燥果実	11．表面をあぶった食肉
２．塩蔵したきのこ類、塩蔵野菜及び塩蔵果実	12．フライ種として衣をつけた食肉
３．ゆで、又は蒸したきのこ類、野菜及び豆類並びにあん	13．合挽肉その他異種混合した食肉
４．異種混合したカット野菜、異種混合したカット果実その他野菜、果実及びきのこ類を異種混合したもの	14．素干魚介類、塩干魚介類、煮干魚介類及びこんぶ、干のり、焼きのりその他干した海藻類
５．緑茶及び緑茶飲料	15．塩蔵魚介類及び塩蔵海藻類
６．もち	16．調味した魚介類及び海藻類
７．いりさや落花生、いり落花生、あげ落花生及びいり豆類	17．ゆで、又は蒸した魚介類及び海藻類
８．こんにゃく	18．表面をあぶった魚介類
９．調味した食肉	19．フライ種として衣をつけた魚介類
10．ゆで、又は蒸した食肉及び食用鳥卵	20．４又は13に掲げるもののほか、生鮮食品を異種混合したもの

このほか、以下の４品目も原料原産地の表示が義務づけられています。

農産物漬物	かつお削りぶし
野菜冷凍食品	うなぎ加工品

2010年３月30日に閣議決定された「消費者基本計画」においては、「加工食品における原材料の原産地表示の義務付けを着実に拡大します。」とされ、「食料・農業・農村基本計画」においても「加工食品における原料原産地表示の義務付けを着実に拡大する。」とされました。

②　外食の原産地表示

食品の偽装表示事件の発生などにより、消費者の食品に対する信頼が揺らぎ、外食に対しても原材料の原産地の情報を求める声が強まっています。

農林水産省では、外食事業者が自主的に原産地表示を行うための指針として、平成17年７月に「外食における原産地表示に関するガイドライン」を策定し、外食事業者の自主的な原材料の原産地表示を推進しています。

さらに、ガイドラインによる自主的な原産地表示が促進されるよう、業界の事業者に原産地表示アドバイザー研修会を開催するなど、食品への信頼を確保する取組を実施しています。

外食における原産地表示に関するガイドラインの概要

１）ガイドラインの位置づけ

○　消費者のメニュー選択に資するため、事業者が自主的に表示を行うための指針。

２）原産地表示を行う原材料

○　以下の原材料について原産地を表示

ア）メニューの主たる原材料（例：ステーキの牛肉）

イ）メニュー名に用いられている原材料（例：チキンソテーの鶏肉）

ウ）こだわりの原材料（旬のさんま）

（注）:「主たる原材料」は、メニュー構成を決定する原材料。「こだわりの原材料」は、品種、栽培方法や産地等にこだわって調達している原材料。

○　その他

ア）売れ筋メニューや定番メニュー等については、上記ア）～ウ）以外の原材料についても積極的に表示。

イ）地産地消の取組や農業との連携等により安定した調達に取り組んでいる事業者等は、表示方法を工夫し、より多くの原材料の原産地を表示。

３）原産地の名称

○　国産品は「国産」、輸入品は「原産国名」を表示。

○　上記のほか、以下のような一般に知られている地名を用いての表示も可能。

例：国産品の場合、都道府県名、旧国名、地方名、地域名、水域名、島名、湖名
　　輸入品の場合、州名・省名、地方名、地域名、海域名、島名、湖名

４）複数の国の原材料を使用している場合の表示

○　重量割合の多い順に原産国を表示。

○　但し、３ヵ国以上の原材料を使用している場合は、重量割合で３番目以下を「その他」として表示が可能、等。

５）表示の方法及び表示場所

○　消費者の見えやすい場所に、「原材料の種類ごと」又は「メニューのジャンルごと」に消費者に分かりやすい表現で表示。

例：野菜は国産を使用

例：ハンバーグの牛肉は豪州産、豚肉は米国産

６）留意事項

○　誤った表示を行わないよう、原産地情報の管理を徹底すること。また、消費者の誤認を招くような表示は行わないこと。

○　消費者の問合せに迅速かつ適正に対応できるよう、仕入伝票その他関係書類の整理に努めること。

問い合わせ先

（食品の原産地表示について）

○消費者庁食品表示課

電話　03-3507-8800

（外食の原産地表示について）

○農林水産省総合食料局食品産業振興課外食産業室

電話　03-3502-8267

（3）有機食品の検査認証制度

有機食品とは、有機農産物（たい肥等で土作りを行い、種まき又は植え付け前２年以上禁止された農薬や化学肥料を使用しないほ場で栽培し、遺伝子組換技術を使用しない等の基準を満たした農産物）やこれらを原料とした有機加工食品（化学的に合成された食品添加物や薬剤の使用を避ける等の基準を満たした加工食品）を指します。

有機食品を検査・認証するため、農林水産大臣は、ＪＡＳ法に定められた基準に基づいて審査を行い、登録認定機関を登録します。登録認定機関は、規格に合致した生産が行われているかどうか、農家や製造業者等の検査・審査を行い、認定します。

①　背景

有機農産物については、平成４年に、「有機農産物等に係る青果物等特別表示ガイドライン」により生産や表示のルールを示し、表示の適正化を図ってきましたが、ガイドラインには強制力がないことから、不適切な表示も多く、消費者はもとより生産者からも適切な表示がなされるよう、第三者機関による認証を受けた有機食品に対する要望が高まっていました。

また、国際的にも有機食品の生産基準等について検討が行われており、ＦＡＯとＷＨＯの合同食品規格委員会（コーデックス委員会）において「有機的に生産される食品の生産、加工、表示及び販売に係るガイドライン」が1999年７月に採択され、有機食品の生産基準、検査の仕組みや表示等についての指針が示されました。

②　検査認証制度の導入

このような状況を踏まえ、我が国においても有機食品の検査認証制度の導入の必要性について検討が行われた結果、1999年７月にＪＡＳ法の改正を機に、有機農産物及び有機農産物加工食品の検査認証制度が創設されました。

この制度の導入によって、2001年４月から、「有機ＪＡＳマーク」が付されたものでなければ「有機」、「オーガニック」等の表示を付してはならないという表示規制が行われています。

なお、農産物やその加工品に加えて、畜産物やその加工品についても2005年10月にＪＡＳ規格が制定されています。

有機ＪＡＳマーク

問い合わせ先

○農林水産省消費・安全局表示・規格課
　電話03-3502-8111（代）

（4）遺伝子組換え食品

遺伝子組換え食品（組換えＤＮＡ技術応用食品）とは、ＤＮＡ（遺伝子）組換え技術を用い、ある生物から目的とする有用な遺伝子を取り出し、改良しようとする生物に導入し、新しい性質を付加した食品のことです。遺伝子組換え食品等の安全性については、食品安全委員会において評価がなされます。その結果、安全性に問題がないと判断された食品は、厚生労働省から安全性審査を経た旨が公表されます。

公表された遺伝子組換え食品には、例えば、除草剤の影響を受けないナタネや大豆、オレイン酸含量を高めた大豆、害虫に強いトウモロコシ等があり、米国・アルゼンチン等で栽培され商品化されています。

遺伝子組換え食品の表示

ＪＡＳ法においては、①従来のものと組成、栄養価等が著しく異なるもの、②従来のものと組成、栄養価等が同等であって、食品中に組換えられたＤＮＡ又はこれによって生じたタンパク質が存在するものについて、義務を課しています。

また、食品衛生法においては、食品衛生調査会表示特別部会（当時）の報告を受け、遺伝子組換え食品の表示について、上記の安全性審査とあわせて、表示を2001年４月より義務付けました。

なお、2010年７月現在の表示対象品目は、大豆、とうもろこし、ばれいしょ、なたね、綿実、アルファルファ及びてん菜の７農作物と、これらを原材料とする加工食品32食品群となっています。ＪＡＳ法においては、従来のものと組成、栄養価等が著しく異なるものとして、高オレイン酸大豆及び高リシンとうもろこしの農産物と、これらを原材料とする加工食品も表示義務の対象としています。

問い合わせ先

○消費者庁食品表示課
　電話 03-3507-8800（代）
○厚生労働省医薬食品局食品安全部基準審査課
　電話 03-5253-1111（代）

（5）食品の期限表示

従来、品質の劣化が比較的緩やかな食品等に表示する期限表示には、食品衛生法に規定する「品質保持期限」又はＪＡＳ法に規定する「賞味期限」のいずれの用語を用いてもよいこととされていましたが、2003年７月に、「賞味期限」と記載することと統一されました。また、品質の劣化が速い食品の期限表示である「消費期限」も含め、従来、食品衛生法とＪＡＳ法の間で用語の定義に若干の文言上の相違がありましたが、当該改正により、両法で統一されました。

「消費期限」とは、定められた方法により保存した場合において、腐敗、変敗その他の品質の劣化に伴い安全性を欠くこととなるおそれがないと認められる期限を示す年月日をいいます。

「賞味期限」とは、定められた方法により保存した場合において、期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限を示す年月日をいいます。ただし、当該期限を超えた場合であっても、これらの品質が保持されていることがあるとされています。

問い合わせ先

○消費者庁食品表示課
　電話 03-3507-8800（代）

（6）アレルギー物質を含む食品

特定の食品に対してアレルギー体質を持つ方の健康危害の発生を防止する観点から、食物アレルギーを引き起こすことが明らかになった食品のうち、特に発症数、重篤度から勘案して表示する必要性の高い７品目（小麦、そば、卵、乳、落花生、えび及びかに）を「特定原材料」とし、これらを含む加工食品については、食品衛生法に基づき、当該特定原材料を含む旨の記載を義務付けています。

また、通知において特定原材料に準じるもの18品目（あわび、いか、いくら、オレンジ、キウイフルーツ、牛肉、くるみ、さけ、さば、大豆、鶏肉、バナナ、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご及びゼラチン）の表示を奨励しています。

食物アレルギーはごく微量のアレルギー物質によっても誘発することがありますので、特定原材料である７品目はキャリーオーバー[注1]及び加工助剤[注2]に該当する食品添加物であっても表示が義務付けられています。

具体的な表示方法としては、従来の原材料表示に付け加えて、特定原材料等を原材料として含む場合には「(○○を含む)」、「(原材料の一部に○○を含む)」と表示し、食品添加物の場合は「(○○由来)」等、特定原材料等を含む旨を記載します。また、その表記から使用されている特定原材料が連想(代替)できるような一般的(常識的)な表記であると判断されたものに限り、「代替表記」や「特定加工食品」として特定原材料の表示と同等に扱い、特定原材料等の表示は不要としています。

(注1)キャリーオーバー:原料中には含まれるが、使用した食品には微量で効果が出ないもの。
(注2)加工助剤:加工工程で使用されるが、除去されたり、中和されたり、ほとんど残らないもの。

問い合わせ先
○消費者庁食品表示課
電話 03-3507-8800(代)

(7)保健機能食品制度等(栄養機能食品、特定保健用食品)

いわゆる健康食品のうち、一定の条件を満たした食品について「保健機能食品」としての機能表示を認める制度が2001年4月に創設されました。当制度は、食品の目的や機能等の違いにより、「栄養機能食品」と「特定保健用食品」の2つのジャンルに分けられ、消費者が安心して、食生活の状況に応じた食品の選択ができるよう、適切な情報提供をすることを目的として創設されたものです。

また、「健康食品」に係る制度については、2004年6月にとりまとめられた「『健康食品』に係る今後の制度のあり方について(提言)」において示された方向性を踏まえ、「健康食品」について国民に対する適切な情報提供が行われる環境整備を図る観点から、保健機能食品(特定保健用食品及び栄養機能食品)における表示内容の充実及び適正化等をはじめとする見直しを行いました(一部を除き、2005年2月1日施行)。

今後、「健康食品」の適切な利用のための普及啓発として、(独)国立健康・栄養研究所の「『健康食品』の安全性・有効性データベース」等による科学的な情報提供をさらに進めていくとともに、健康保持増進効果等に関する虚偽誇大広告等の監視の強化等を図っていきます。

なお、当該食品は、医薬品ではないので疾病の予防・治療の働きがあるものではありません。また多量に摂取しても、より健康が増進するものではありません。

① 栄養機能食品について

栄養機能食品とは、栄養成分の機能を表示した食品です。当該食品の対象成分は現在、ミネラル5種類とビタミン12種類です。当該食品と称して販売するには、国への許可申請等は必要ありませんが、国が定めた規格基準(当該食品の1日当たり摂取目安量に含まれる機能表示成分量の上・下限値等)に適合し、包装部分に「栄養機能食品」や「カルシウムは、骨や歯の形成に必要な栄養素です。」(栄養機能表示)など定められた表示をしなければなりません。

② 特定保健用食品について

特定保健用食品とは、身体の生理学的機能などに影響を与える保健機能成分を含んでおり、血圧、血中のコレステロールなどを正常に保つことを助けたり、お腹の調子を整えたりするのに役立つなどの、特定の保健の用途に資する旨を表示する食品です。当該食品は、国において個別に特定の保健機能を示す有効性や安全性等に関する審査を受け、その表示について許可を受けなければなりません。

問い合わせ先
○消費者庁食品表示課
電話 03-3507-8800(代)

(8)食品表示についての巡回調査

食品表示についての巡回調査は、農林水産省の地方農政局及び地方農政事務所に、食品全般の表示の監視業務に専従する職員を配置しています。これらの職員が、日常的に小売店舗等を巡回し、表示について監視・指導を実施しています。(一般調査)

また、社会的なニーズを踏まえて選定した特定の品目を対象(年4回予定)に、その表示の根拠を含む徹底的な監視・指導を実施しています。(特別調査)

このほか、食品表示110番、食品表示ウォッチャー等を通じて情報が寄せられた個別の案件については立入検査等を行っています。

これらの調査を通じて不適正な表示が明らかになった場合には指示・公表等の措置を適切に行うこととしています。

① 地方農政局・地方農政事務所の職員による監視・指導

1)一般調査(生鮮食品等の表示実施状況調査等)

一般調査は、生鮮食品の店舗における名称、原産地等の品質表示の状況を調査し、品質表示の実施状況が不十分な店舗又は原産地等の表示が不適正な店舗に対し指導、啓発を行うことにより、生鮮食品の品質表示の適正化を図ることとしています。

また、地方農政局及び地方農政事務所において毎月、地域における流通・販売実態を考慮して青果、水産、畜産毎に品目を指定して原産地の表示根拠を仕入れ伝票等で確認することにより、表示の真正性の確認を行うこととしています。

2)特別調査

特別調査は、DNA分析等の科学的手法を活用しながら、平成21年度においては、7月からそば加工品、10月から21年産米穀の表示に関する特別調査を、小売店舗等を対象に実施しています。

② 消費者の方々の協力を得た監視体制の充実

1)食品表示110番

「食品表示110番」は、広く国民から食品の表示について情報提供等を受け付けるためのホットラインとして全国55ヶ所の地方農政局・農政事務所及び独立行政法人農林水産消費安全技術センターに設置しています。

2）食品表示ウォッチャー

「食品表示ウォッチャー」は、日常の買い物の中で食品表示の状況を点検しているものであり、2009 年度は、国と地方公共団体によるものを合わせて約 6,000 人の消費者の協力を得ています。

③　食品表示の科学的検証技術の確立と活用

独立行政法人農林水産消費安全技術センターにおいて、加工食品中の遺伝子組換え原材料の混入率検査や農林水産物の品種判別等、ＤＮＡ分析技術等を活用した食品表示の科学的検証技術に関する実証研究を行い、その公定法を確立することとしています。

また、既に分析技術が確立している品目については、その分析技術を活用し、生鮮食品の品種及び原産地、加工食品の原材料の原産地等について科学的検証を実施しています。

④　不正表示に対する厳正な対処

これらの監視においては、必要に応じ都道府県・消費者庁等の関係行政機関とも連携するとともに、不正表示が行われていることを確認した場合には、ＪＡＳ法に基づく指示・公表を行うなど厳正な措置を講じているところです。

問い合わせ先

○農林水産省消費・安全局表示・規格課
電話 03-3502-8111（代）

［4］医薬品・医療機器等

（1）回収制度

1997年４月から医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療機器の製造販売業者が自主回収に着手したときには報告をすることが義務づけられています。また、2000年には回収に当たっての基本的な考え方、対象範囲、手続の詳細等について通知で明確化するとともに、同年４月からはすべての事例をインターネット（医薬品医療機器情報提供ホームページ 医薬品等の回収に関する情報；http://www.info.pmda.go.jp/kaisyuu/menu.html）上で公開しています。

＜回収件数年度推移＞

	2000年度	2001年度	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度
医薬品	119	134	402	255	199	416	184	162	153	183
医薬部外品	14	14	12	24	15	9	23	28	29	19
化粧品	35	34	52	72	60	62	103	100	92	83
医療機器	207	244	308	292	370	322	365	360	396	373
計	375	426	774	643	644	809	675	650	670	658

問い合わせ先

○厚生労働省医薬食品局監視指導・麻薬対策課
電話 03-5253-1111(代)

（2）患者用の説明文書の公開

患者が医薬品を安全に使用するためには、医薬品について説明が十分になされ、患者自身が医薬品について理解することが重要です。不十分な説明では、患者自身が用法・用量を理解して正確に服用することができません。さらに使用方法の複雑な医薬品や多剤併用の増加、高齢者の増加などを考えると、正確な服薬のために患者に対する服薬指導はますます重要となっています。

また、医薬品の副作用を含めた疾病の治療方法に関する患者さんへの説明（インフォームドコンセント）の普及とともに、国民の医薬品の情報に対するニーズが高まっています。

しかし、医療用の医薬品の添付文書は医師、薬剤師等の医療の専門家への情報提供のため作成されているものであり、一般の患者が理解するのは困難です。

患者に対し、医薬品が正しく理解され、診療に協力してもらうには、口頭による服薬指導に加え、添付文書を分かりやすく説明した文書が必要です。

このため、重篤な副作用の発生等に注意する必要がある医薬品については、国が示すガイドラインに基づき、製薬企業等が患者用の説明文書（患者向医薬品ガイド）を作成し、ホームページ上に掲載する等、国と企業が共同して広く国民に普及啓発を図っています。

http://www.info.pmda.go.jp/downfiles/whatsnew/guideCompanylist/companyframe.html

問い合わせ先

○厚生労働省医薬食品局安全対策課
電話 03-5253-1111(代)

（3）医薬品副作用被害救済制度等

今日、私たちの生活に医薬品は不可欠なものとなっています。しかし、医薬品は、人体にとって本来異物であるので、適正に使用したとしても副作用の発生を完全になくすことは困難です。このような副作用により、重い健康被害に遭われた方の救済を目的として創設されたのが、医薬品副作用被害救済制度です。

医薬品は、今日、医療上必要不可欠なものとして、国民の生命・健康の保持増進に大きく貢献しています。

他方、医薬品は、有効性と安全性のバランスの上に成り立っているものであり、その使用に当たって万全の注意を払ってもなお発生する副作用を完全に防止することは、現在の科学水準をもってしても非常に困難であるとされています。

このため、医薬品の副作用によって重い健康被害に遭われた方の救済を行う必要があります。

医薬品副作用被害救済制度は、このような医薬品の副作用により重い健康被害に遭われた方の迅速な救済を図るため、製薬企業の社会的責任に基づく拠出金を財源として、独立行政法人医薬品医療機器総合機構法に基づき、医療費、医療手当、障害年金等様々な給付を行っています。

この救済制度の対象となる方は、1980（昭和55）年５月以降に、医薬品を適正な目的に従って適正に使用したにもかかわらず発生した副作用により重い健康被害に遭われた方です。使用した医薬品と健康被害の間の因果関係や被害の程度などの判定は、厚生労働大臣の諮問機関である薬事・食品衛生審議会において、医学薬学的見地から専門的に行われ、その判定の結果を基に、独立行政法人医薬品医療機器総合機構が、医療費、医療手当、障害年金等の支給の決定を行います。

また、人や動物など生物に由来するものを原料や材料とした医薬品や医療機器（輸血用血液製剤やワクチン、ブタ心臓弁やヘパリンを塗布したカテーテルなどの生物由来製品）の使用により、その製品を介してウイルスなどの感染被害に遭われた方に対しては、2004年（平成16年）４月１日に、生物由来製品感染等被害救済制度が創設されました。制度創設日以降に、生物由来製品を適正に使用したにもかかわらず、発生した感染等により重い健康被害に遭われた方が救済の対象となります。

これら救済制度は、病院・診療所で投薬された医薬品や薬局などで購入した医薬品が対象となりますが、抗がん剤等のように救済の対象外となっているものもありますので、詳細は、独立行政法人医薬品医療機器総合機構までお問い合わせ下さい。

問い合わせ先

○独立行政法人医薬品医療機器総合機構
住所 〒100―0013 東京都千代田区霞が関3丁目3番2号新霞が関ビル
電話 03-3506-9411、0120-149-931（フリーダイヤル）
○厚生労働省医薬局総務課医薬品副作用被害対策室
電話 03-5253-1111(代)

［5］工業製品等

１．製品安全４法

（1）消費生活用製品安全法

この法律は、消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の防止を図るため、特定製品の製造及び販売を規制するとともに、特定保守製品の適切な保守を促進し、併せて製品事故に関する情報の収集及び提供等の措置を講じ、もって一般消費者の利益を保護することを目的としています。対象となる消費生活用製品とは、一般消費者の生活の用に供される製品をいいますが、船舶、消火器具等、食品、毒物・劇物、自動車・原動機付自転車などの道路運送車両、高圧ガス容器、医薬品・医薬部外品・化粧品・医療器具など、他の法令で個別に安全規制が設けられている製品については、法令で除外しているものがあります。

国による特定製品の安全規制（ＰＳＣマーク制度）

消費生活用製品の中で、消費者の生命・身体に対して特に危害を及ぼすおそれが多い製品については、国の定めた技術上の基準に適合した旨のＰＳＣマークがないと販売できず、マークのない危険な製品が市中に出回った時は、国は製造事業者等に回収等の措置を命ずることができます。これらの規制対象品目は、自己確認が義務付けられている特定製品とその中でさらに第三者機関の検査が義務付けられている特別特定製品があります。

特定製品	特別特定製品	PSC	乳幼児用ベッド
			携帯用レーザー応用装置
			浴槽用温水循環器
		PSC	家庭用の圧力なべ及び圧力がま
			乗車用ヘルメット
			登山用ロープ
			石油給湯機
			石油ふろがま
			石油ストーブ

国による重大製品事故情報報告・公表制度

半密閉式瞬間湯沸器や家庭用シュレッダーの事故を受け、平成18年に消費生活用製品安全法を改正しました。消費生活用製品により、死亡事故、重傷病事故、後遺障害事故、一酸化炭素中毒事故や火災（重大製品事故）が発生した場合、事故製品の製造・輸入事業者は、重大製品事故の発生を知った日を含めて10日以内に国（消費者庁）に報告しなければなりません。また、販売・修理・設置工事事業者は、重大製品事故を知った時点で、直ちに製品の製造・輸入事業者へ通知するよう努めなければなりません。

また、重大製品事故情報が報告されると、消費者庁は、ガス機器・石油機器の場合は、事業者名、型式名を含め、迅速にホームページ上で公表するとともに記者発表します。また、ガス機器・石油機器以外の一般製品の場合は、製品起因か否かが不明なときは、事故概要のみをホームページ上で公表します。さらに事故情報を分析し、必要があると認める時には、事故報告の詳細（事業者名・機種型式名・事故内容・事業者による再発防止策・その他の事故再発防止のための留意事項）を報道発表します。

長期使用製品安全点検・表示制度

2007年２月の小型ガス湯沸器に係る死亡事故等、製品の長期使用に伴う劣化（経年劣化）が主因となる重大な事故の発生を受け、2007年に消費生活用製品安全法を改正しました。製品の経年劣化による事故を未然に防止するため、長期使用製品安全点検・表示制度が創設されました。

長期使用製品安全点検制度では、特定保守製品※の製造・輸入事業者が、製品に、設計標準使用期間（安全上支障がなく使用することができる標準的な期間）、点検期間、点検の要請を容易にするために問合せ連絡先等を表示します。特定保守製品の所有者には、製造・輸入事業者に対して所有者情報（情報に変更があった場合は変更情報）を提供することと、事故が生じた場合に他人に危害を及ぼすおそれがあることに留意して、点検等の保守を行うことが求められています。また、長期使用製品安全表示制度では、電気機器のうち、扇風機、エアコン、換気扇、洗濯機（洗濯乾燥機を除く）、ブラウン管テレビの製造・輸入事業者が、製品に、設計上の標準使用期間と経年劣化についての注意喚起等の表示をします。

※特定保守製品・・・屋内式ガス瞬間湯沸器（都市ガス用、ＬＰガス用）、屋内式ガスふろがま（都市ガス用、ＬＰガス用）、石油給湯機、石油ふろがま、密閉燃焼式石油温風暖房機、ビルトイン式電気食器洗機、浴室用電気乾燥機

問い合わせ先

（重大製品事故情報報告・公表制度に係る第１報、報告の要否の相談について）
○消費者庁消費者安全課
電話 03-3507-8800（代）
（上記以外、ＰＳＣマーク制度、重大製品事故情報報告・公表制度に係る原因究明結果及びリコールの開始・進捗・相談、長期使用製品安全点検・表示制度）
○経済産業省商務情報政策局製品安全課
電話 03-3501-1511（代）

（2）液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律

この法律は、一般消費者等に対する液化石油ガスの販売、液化石油ガス器具等の製

造及び販売等を規制することにより、液化石油ガスによる災害を防止するとともに液化石油ガスの取引を適正にし、もって公共の福祉を増進することを目的としています。

国による安全規制（ＰＳＬＰＧマーク制度）

主として一般消費者等が液化石油ガスを消費する場合に用いられる機械、器具又は材料であって、政令で定めたものを「液化石油ガス器具等」とし、そのうち、構造、使用条件、使用状況等からみて特に液化石油ガスによる災害の発生の恐れが多いと認められる液化石油ガス器具等を「特定液化石油ガス器具等」として指定しています。これらは、省令で定めた技術上の基準に適合していることを示す表示（ＰＳＬＰＧマーク）を付したものでなければ、販売又は販売の目的で陳列することができません。

なお、これらのガス器具等が技術上の基準に違反していると認められる場合には、製造事業者や輸入事業者に対して改善を命じたり、改善がなされるまでの一定期間、事実上の販売禁止となる表示の禁止を命じたり、また、マークのない危険な製品が市中に出回った時には、回収等の措置を命ずることができます。

特定液化石油ガス器具	PS LPG	カートリッジガスこんろ
		液化石油ガス用瞬間湯沸器（半密閉式）
		液化石油ガス用バーナー付ふろがま（半密閉式）
		ふろがま
		液化石油ガス用ふろバーナー
		液化石油ガス用ストーブ（半密閉式）
		液化石油ガス用ガス栓
特定液化石油ガス器具以外の液化石油ガス器具	PS LPG	調整器
		一般ガスこんろ
		液化石油ガス用瞬間湯沸器（開放式、密閉式、屋外式）
		液化石油ガス用継手金具付高圧ホース
		液化石油ガス用バーナー付ふろがま（密閉式、屋外式）
		液化石油ガス用ストーブ（開放式、密閉式、屋外式）
		液化石油ガス用ガス漏れ警報器
		液化石油ガス用継手金具付定圧ホース
		液化石油ガス用対震自動ガス遮断機

問い合わせ先

○経済産業省商務情報政策局製品安全課
電話 03-3501-1511（代）

（3）ガス事業法

この法律は、ガス事業の運営を調整することによって、ガスの使用者の利益を保護し、及びガス事業の健全な発達を図るとともに、ガス工作物の工事、維持及び運用並

びにガス用品の製造及び販売を規制することによって、公共の安全を確保し、あわせて公害の防止を図ることを目的としています。

国による安全規制（ＰＳＴＧマーク制度）

主として一般消費者等がガスを消費する場合に用いられる機械、器具又は材料であって、政令で定めたものを「ガス用品」とし、そのうち、構造、使用条件、使用状況等からみて特にガスによる災害の発生のおそれが多いと認められるガス用品を「特定ガス用品」として指定しています。これらは、省令で定めた技術上の基準に適合していることを示す表示（ＰＳＴＧマーク）を付したものでなければ、販売又は販売の目的で陳列することができません。

なお、これらのガス用品が技術上の基準に違反していると認められる場合には、製造事業者や輸入事業者に対して改善を命じたり、改善がなされるまでの一定期間、事実上の販売禁止となる表示の禁止を命じたり、また、マークのない危険な製品が市中に出回った時には、国は製造事業者等に回収等の措置を命ずることができます。

特定ガス用品	PS TG	ガス瞬間湯沸器（半密閉燃焼式）
		ガスストーブ（半密閉式燃焼式）
		ガスバーナー付ふろがま（半密閉燃焼式）
		ガスふろバーナー
特定ガス用品以外のガス用品	PS TG	ガスこんろ
		ガス瞬間湯沸器（開放燃焼式、密閉式燃焼式、屋外式）
		ガスストーブ（開放燃焼式、密閉燃焼式、屋外式）
		ガスバーナー付ふろがま（密閉燃焼式、屋外式）

問い合わせ先

○経済産業省商務情報政策局製品安全課
電話 03-3501-1511（代）

（4）電気用品安全法

この法律は、電気用品の製造、輸入、販売を規制するとともに、電気用品の安全性の確保につき民間事業者の自主的な活動を促進することにより、電気用品による危険及び障害の発生を防止することを目的としています。

国による電気用品の安全規制（ＰＳＥマーク制度）

一般家庭、商店、事務所等で使用される電気製品であって、政令で定められている製品（電気用品）は、国の定めた技術上の基準に適合した旨のＰＳＥマーク、事業者名、定格電圧、定格消費電力等の表示がないと販売できず、これらの表示のない危険な製品が市中に出回った時等は、国は製造事業者等に回収等の措置を命ずることができます。これらの規制対象品目は、技術基準への適合について自己確認が義務づけら

れており、その中で特に危険又は障害の発生する恐れが多いものは、特定電気用品として第三者機関の検査が義務づけられています。

電気用品	特定電気用品	PS E	ゴム絶縁電線、直流電源装置等、電気用品安全法施行令別表第一の上欄挙げられている電気用品 115 品目
		PS E	単相電動機、電気こたつ等、電気用品安全法施工令別表第二に挙げられている電気用品 339 品目

問い合わせ先

○経済産業省商務情報政策局製品安全課
電話 03-3501-1511（代）

２．日本工業規格表示制度（ＪＩＳマーク表示制度）

ＪＩＳマーク表示制度は、消費者等が安心して「品質」や「互換性」「安全性」が確保された商品を入手できるように、これらの内容を日本工業規格(ＪＩＳ)に規定し、そのＪＩＳに適合する製品にはＪＩＳ適合品であることを示す特別の表示（ＪＩＳマーク）を付けることができるというものです。

ＪＩＳマーク表示制度は2005年10月1日より、国が工場を認定する旧制度から民間の登録認証機関が製品を認証する制度へと変更され、ＪＩＳに該当する商品を製造する事業者等は民間の登録認証機関から認証を受けた後、ＪＩＳマーク（図）をその商品などに表示することができます。このＪＩＳマークが付いている商品がいわゆるＪＩＳマーク品といわれるもので、ＪＩＳに適合した商品を選ぶ目安となっています（対象商品：日用品・電気用品・家具類・建築資材など)。消費者が安心して品質の良い商品を入手できることに貢献すべく、引き続き信頼性の高い制度として推進して参ります。

JIS

図　JISマーク

問い合わせ先

○経済産業省産業技術環境局認証課
電話 03-3501-1511(代)

３．自動車

（1）リコール制度

リコール制度とは、欠陥車による事故を未然に防止し、自動車ユーザー等を保護することを目的とするものであり、自動車製作者等が、その製作し、又は輸入した同一の型式の一定の範囲の自動車の構造、装置又は性能が自動車の安全上、公害防止上の規定（道路運送車両法の保安基準）に適合しなくなる恐れがある状態、又は適合していない状態で、原因が設計又は製作の過程にある場合に、その旨を国土交通省に届け出て自動車を回収し無料で改善のための修理をする制度です。

なお、2003年１月より、自動車製作者等がリコールの届出を確実に行わせるため、国がリコールの命令を行うことができる制度を整備し、また、2004年１月から、特定後付装置（タイヤ及びチャイルドシート）に関するリコール制度を導入しました。

①　リコールの手続きと措置

自動車製作者等は、その製作する自動車又は特定後付装置に、設計又は製作上の上記の不具合があると認められるに至ったときは、不具合の状況及びその原因・改善措置の内容・自動車使用者等に対して周知させるための措置等を速やかに国土交通大臣に届け出なければなりません。

②　リコール等の公表

リコール届出がなされたものについては、その内容を国土交通省ホームページに公表しています。また、自動車使用者等から寄せられた不具合情報や、自動車製作者等から報告のあった事故・火災情報についても国土交通省ホームページに公表しています。

③　リコール届出件数及び対象車両台数の推移

1969年度の制度発足以来、2010年３月までのリコール届出件数は4,086件、対象車両台数の累計は約7,535万台となっています。近年の推移は下表のとおりです。

項目/年度	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
届出件数（件）	176	169	170	204	438	309	300	310	295	304
車両台数（万台）	241	329	301	442	757	566	697	427	535	328

問い合わせ先

○国土交通省自動車交通局技術安全部審査課リコール対策室
電話 03-5253-8111（代）

（2）自動車アセスメント等

自動車ユーザーが安全な車を選ぶことができるように、安全性についての比較情報や安全装置の解説・装備状況に関する情報を、“ 自動車アセスメント ”として分かりやすく提供しています。自動車アセスメントの情報は国土交通省ホームページやパンフ

レットでご覧いただけます。

また、安全なチャイルドシートを選ぶことができるように、チャイルドシートの安全性・使用性に関する比較情報を、“チャイルドシートアセスメント”として提供しています。

①　自動車アセスメント

実際に販売されている新車について、主に、衝突安全性能評価、歩行者頭部保護性能評価、ブレーキ性能評価、後席シートベルト使用性評価、及び座席ベルトの非着用時警報装置評価の５つの評価を行い、その結果を分かりやすくまとめて公表しています。

衝突安全性能評価は、衝突事故の際に乗員の安全性を評価するため、フルラップ前面衝突試験、オフセット前面衝突試験、側面衝突試験の３つの種類の試験を行っています。これにより、自動車の前面・側面に衝撃を受けたときの乗員の安全性を総合的に評価しています。歩行者頭部保護性能評価は、自動車が歩行者に衝突した場合に歩行者の頭部への衝撃を低減させる性能を評価しています。ブレーキ性能評価は、雨天・晴天時の高速走行時に急ブレーキをかけた際の制動性能を評価しています。後席シートベルト使用性評価は、後席のシートベルトの着用が義務付けられたこと等を踏まえて、後席シートベルトの使用性を前席並みにすることで後席シートベルトの着用率を向上させるために評価をしています。また、座席ベルトの非着用時警報装置評価は、運転者以外の乗員シートベルトの着用率向上を図り、死亡者数の低減を図ることを目的として、評価をしています。

国内で販売されている新車の販売台数の約８割をカバーする106車種についての結果を国土交通省ホームページ等で公表するとともに、パンフレット等により広く周知しています。

②　チャイルドシートアセスメント

実際に販売されているチャイルドシートについて、前面衝突安全性評価及び使用性評価の２つの評価を行い、その結果を分かりやすくまとめて公表しています。

前面衝突安全性評価は、衝突時にチャイルドシートに座った乳児・幼児への頭部、胸部に受けた衝撃やダミー頭部の挙動等を測定して、乳児・幼児への安全性を評価しています。また、使用性評価では、チャイルドシートの誤った使用を防ぐために、使用性（取扱説明書等の記載内容、本体表示内容、機構の性能、座席への装着性、着座性）を評価しています。

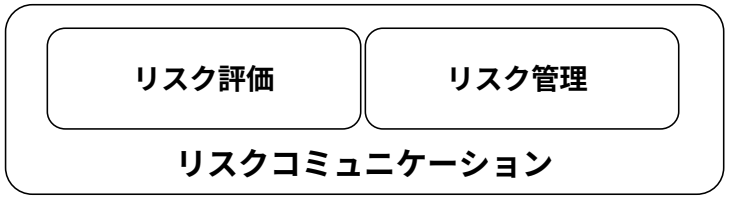
国内で販売されているチャイルドシートについて評価を行い、その結果について国土交通省ホームページ等で公表するとともに、パンフレット等により広く周知しています。

問い合わせ先

○国土交通省自動車交通局技術安全部審査課
　電話 03-5253-8111（代）

４．化学製品

私たちは、化学物質のさまざまな性質を利用して作られた製品を数多く使用しています。それらの化学物質は私たちの生活を便利にしてくれる一方で、人の健康や動植物、生態系に悪影響を及ぼす場合もあります。化学物質の有用性を最大限活用しつつ、人の健康や動植物、生態系への悪影響を最小限にするため、身近な化学製品やそれに含まれている化学物質のリスクを評価し、管理する必要があります。また、あわせて、地域住民や消費者を始めとする市民と製造者等との間でそれらの情報を共有するリスクコミュニケーションが重要となっています。



（1）リスク評価

化学物質によるリスクとは、化学物質が人の健康や動植物、生態系に悪影響を及ぼすおそれの大きさのことを指します。一般に、化学物質によるリスクは、有害性（ハザード）とばく露によって決まります。人間に対するばく露とは、吸い込んだり、口から入ったり、触れたりすることによって体内に取り込まれることです。化学製品中の化学物質のリスク評価に当たっては、それら化学物質の有害性の種類、量と反応の関係を明らかにし（有害性評価）、それらの化学物質のばく露経路、頻度、量を明らかにした上で（ばく露評価）、両方の結果を組み合わせて評価を行います。なお、化学物質のリスク評価は、その対象を「人の健康」と「動植物や生態系」とに大きく分けることができます。

①　化学物質の有害性評価

経済協力開発機構（ＯＥＣＤ）では、生産量が多いにもかかわらず有害性情報が整備されていない化学物質について、加盟国間で分担して情報収集し、評価を行っています。我が国においても、ＯＥＣＤにおける作業に積極的に協力するとともに、国内で安全性点検を進めるべきとされている既存化学物質(注)の安全性情報の収集を進めてきました。政府は、化学物質の安全性情報の収集の加速化を図るため、厚生労働省、経済産業省及び環境省の三省と民間事業者が連携協力して化学物質の安全性情報収集及び発信を行うプログラムを立ち上げ、安全性情報の収集作業を推進しています。その他、有害性に関する様々な調査研究を推進しています。

②　化学物質のばく露評価

化学物質のばく露の可能性を把握するため、環境省では、環境中での残留実態を把握するための調査（化学物質環境実態調査）を継続的に実施しています。また、ばく露量の評価方法等に関する様々な調査研究を推進しています。

③　化学物質のリスク評価

経済産業省では、「化学物質総合評価プログラム」において、人の健康や環境中の生物に対する化学物質のリスクが高いと考えられる高生産量・輸入量化学物質を中心に、化学物質のリスク評価に必要な基礎データを収集・整備するとともに、これらのデータに基づいたリスク評価手法を開発し、リスク評価を実施しています。また、それらリスク評価書を独立行政法人製品評価技術基盤機構のウェブサイト（http://www.nite.go.jp）で公開しています。

環境省では、有害性や環境中での残留実態等を勘案して優先度の高い化学物質から、順次、人の健康や生態系に対する環境リスクの初期評価を行い、それらの結果を「化学物質の環境リスク評価（いわゆる「グレー本」）」として公表しています。

また、厚生労働省及び環境省では、小児等の特殊性を考慮したリスク評価に向けた調査研究を実施しています。これらの取り組みに加え、平成21年（2009年）には「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律」が改正され、平成23年度（2011年度）から、新たに「既存化学物質」についても製造・輸入実績数量等の届出を義務づけ、それを踏まえ優先的にリスク評価を行う必要がある化学物質について、段階的にリスク評価を実施することとなりました。

（注）1973 年に「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律」が制定される前から使われている化学物質。同法に基づく事前審査の対象外。

（2）リスク管理

前記のリスク評価の結果を踏まえ、人の健康、動植物、生態系に悪影響を及ぼすおそれのある化学物質については、その製造・使用を禁止したり、環境中への排出量の削減を促す仕組みを作ることによって、そのリスクを管理しています。

新しく製造・輸入され、化学製品の原材料となる化学物質については、「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律」に基づき、製造等取扱いからみて、環境の汚染のおそれがない場合、取扱量が一定量以下の場合等を除いて、事前審査制度の対象となります。また、さらに「既存化学物質」についても今後は製造・輸入実績数量等の届出が義務づけられ、それを踏まえて優先的に評価を行う必要がある化学物質について、段階的にリスク評価を実施することとなりました。この法律では、事前審査やリスク評価の結果に基づき、化学物質の分解性、蓄積性、人への毒性又は動植物への毒性といった性状やリスクに応じた規制を実施しています。

また、人の健康や動植物、生態系に悪影響を及ぼすおそれがある462種類の化学物質については、「特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律」に基づく化学物質排出・移動量届出制度（ＰＲＴＲ制度）により、社会全体で管理されています。ＰＲＴＲ制度では、工場施設等からの環境中に排出される届出対象化学物質の量と施設外に移動した量を、事業者自ら届け出てもらい、これらのデータを集計して公表しています。個別事業所のＰＲＴＲデータはホームページ上で公表しており、誰でも入手することができます。市民を含めて社会全体が事業所のＰＲＴＲデータをチェックするというこの仕組みによって、事業所の自主的な化学物質管理を促しています。また、家庭の化学製品（家庭用農薬や殺虫剤、接着剤や塗料、洗剤、

防虫剤、消臭剤、化粧品等）に含まれる化学物質が環境中に排出される量については国が推計しており、消費者自らが化学物質によるリスクの管理をするための有用な情報の１つとなっています。また、同法では、事業者に化学物質等安全情報シート（ＭＳＤＳ）の提供を義務付ける他、同法に基づき定められた化学物質管理指針に留意して、事業者自らが取扱う化学物質のリスク管理を行うことを求めています。

「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」では、家庭用品中に含まれる有害物質による健康への影響を防止する観点から、有害化学物質を指定し、家庭用品中の含有量等に関する規制基準を設けています。

（3）リスクコミュニケーション

私たちは、化学製品やそれに含まれる化学物質について、その有用性を享受する一方で、使い方等によっては、人の健康や動植物、生態系に悪影響を及ぼすおそれがある、ということを理解し、それぞれの立場で取組や適切な行動の選択をしていくことが重要です。

このためには、化学物質に関する正確な情報を市民・事業者・行政のすべての者が共有しつつ相互に意思疎通を図るというリスクコミュニケーションが必要です。また、「特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律」において事業者は、「化学物質の管理の状況に関する国民の理解を深めるよう努めなければならない」とされているところです。

リスクコミュニケーションを行うに当たっては、化学物質やそのリスクについて正確で分かりやすい「情報の整備」、化学物質に関する疑問に答える人材の育成やリスクコミュニケーションの手法の開発等による「対話の推進」、市民、事業者、行政の間で情報を共有し、相互理解を深めるための「場の提供」が重要です。

①　情報の整備

リスクコミュニケーションには、化学物質の種類、性質、化学製品に含まれる量のほか、それらのリスクについての分かりやすくかつ正確な情報が整備されることが重要です。

厚生労働省、経済産業省、環境省では、化学物質に関するホームページを作成するなど、情報の整備に努めています。

厚生労働省：http://www.mhlw.go.jp/new-info/kobetu/seikatu/kagaku/index.html
経済産業省：http://www.meti.go.jp/policy/chemical_management/index.htm
環　境　省：http://www.env.go.jp/chemi/

さらに、国において実施した安全性情報点検の結果や三省と民間事業者が連携協力して化学物質の安全性情報収集を行うプログラムにおいて得られた情報を発信するためのデータベース（Ｊ-ＣＨＥＣＫ）を構築し、2008年（平成20年）５月より公開しています。公開後も、新たに追加されたこれらの情報及びＯＥＣＤ等海外で収集された情報等を随時公開し、その内容を拡充しています。

Ｊ-ＣＨＥＣＫ：http://www.safe.nite.go.jp/jcheck/Top.do

また、環境省では、化学物質の情報を分かりやすく整理し、簡潔にまとめた「化学物質ファクトシート」や、環境リスクの低減のために市民一人一人ができる取組につい

て、子どもたちにも考える機会を持ってもらうための小冊子「かんたん化学物質ガイド」のほか、ＰＲＴＲデータについて分かりやすく解説した「ＰＲＴＲデータを読み解くための市民ガイドブック」、化学物質環境実態調査のパンフレット等を作成しています。

独立行政法人製品評価技術基盤機構では、ＣＨＲＩＰ（Chemical Risk Information Platform：化学物質総合情報提供システム）において、化学物質ごとに法規制の状況や作業許容濃度等、約50項目にわたる情報を公開しています。

独立行政法人製品評価技術基盤機構：http://www.safe.nite.go.jp/index.html

②　対話の推進

特に市民が化学物質のリスクコミュニケーションを行うに当たっては、化学物質に関する専門知識を中立的な立場で分かりやすく解説する人材の育成・活用や、ホームページにアクセスした場合に的確かつ容易に応答できるシステム等の向上、対話を円滑に進めるためのマニュアルの作成等によって、「対話の推進」を進めることが重要です。

環境省では、市民と事業者等との対話の際に専門的な用語を中立的な立場で解説できる人材「化学物質アドバイザー」の育成・派遣を行い、市民と事業者等との対話が円滑に進むよう支援しているほか、化学物質関連情報についてインターネット上で楽しみながら効果的に学習するコンテンツとして、「かんたん化学物質ガイド」e－ラーニング版の作成等を行っています。

経済産業省では、事業者の方々にリスクコミュニケーションを正しく理解・実行していただくための事業者向けパンフレットを配布し、また、「2005年度ＰＲＴＲデータ活用セミナー」において、先進的にリスクコミュニケーションを実施している事業者の取組事例を紹介し、その普及に努めているところです。

③　場の提供

市民・事業者・行政のすべての者が情報を共有しつつ相互に意思疎通を図るための「場の提供」が行われることが重要です。

環境省では、このような場の一つのモデルとして、2001年12月から、関係省庁の協力も得ながら市民・産業・行政等からなる「化学物質と環境円卓会議」を公開で定期的に開催しています。また、地方での本会議の開催等を通じ、地方公共団体におけるリスクコミュニケーションの場を支援しています。

問い合わせ先

○厚生労働省医薬食品局審査管理課化学物質安全対策室
　電話 03-5253-1111（代）
○経済産業省製造産業局化学物質管理課
　電話 03-3501-1511（代）
○環境省環境保健部環境安全課
　電話 03-3581-3351（代）

５．家庭用品（家庭用品品質表示法）

家庭用品品質表示法は、消費者が日常使用する家庭用品について、品質に関し表示すべき事項や、その表示方法を定め、家庭用品の品質表示を適正にわかりやすくすることにより、消費者が商品の品質を正しく認識し、その購入に際し不測の損失を被ることがないよう、消費者保護を図ることを目的に1962年に制定された法律です。家庭用品は、消費者の生活スタイル、ニーズの変化や製品開発の技術革新等により様変わりしてきており、表示の対象とする品目や表示を行う事項等については、随時見直しが行われています。

（1）対象品目

本法の対象となる家庭用品は、一般消費者の通常生活に使用されている繊維製品、合成樹脂加工品、電気機械器具及び雑貨工業品のうち、消費者がその購入に際し品質を識別することが困難で、かつ品質を識別することが特に必要と認められる品目について、政令で指定されます。

現在は、以下のような90品目が対象に指定されております。

- 繊維製品：糸、織物、上衣、ズボン、スカート、下着等 計35品目
- 合成樹脂加工品：食事用、食卓用又は台所用の器具等 計８品目
- 電気機械器具：電気洗濯機、電気掃除機、電子レンジ等 計17品目
- 雑貨工業品：魔法びん、机及びテーブル、ほ乳用具等 計30品目

（2）表示を行う事項

対象品目については、次の二つの事項について、それぞれの品目ごとに表示の標準となる事項を内閣総理大臣が告示しています。表示者（製造業者、販売業者又は表示業者）はこの告示に従って品質表示を行うことになります。

①　成分、性能、用途、貯法その他品質に関し表示すべき事項
②　表示の方法その他①に掲げる事項の表示に際して製造業者、販売業者又は表示業者が遵守すべき事項

問い合わせ先

○消費者庁消費者安全課
　電話 03-3507-8800（代）
○経済産業省商務情報政策局製品安全課
　電話 03-3501-1511（代）

［6］特定商取引等（訪問販売等）

１．特定商取引に関する法律（特定商取引法）

「特定商取引に関する法律」は、消費者トラブルが生じやすい６つの取引類型（訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引）について、事業者による不公正な行為等を規制するための「氏名や勧誘目的等の明示義務」、「不当な勧誘行為の禁止」、「当該契約に係る重要事項を記載した書面の交付義務」、「広告表示規制」等といった行政規制と「申込みの撤回又は契約の解除（いわゆるクーリング・オフ）」、「契約の解除時の損害賠償額の制限」等のトラブル防止のための民事ルールを定め、消費者取引の公正を確保するための法律です。行政規制に違反した場合には、１年以内の業務停止や指示といった行政処分や罰則の適用があります。

2009年12月１日に悪質商法対策の充実・強化を図る観点から訪問販売、通信販売、電話勧誘販売については別の法律で消費者被害の是正ができるものを除き、原則すべての商品・役務を扱う取引を規制対象とする「指定商品・指定役務制の廃止」、訪問販売業者に当該契約を締結しない旨の意思を示した消費者に対しては、契約の勧誘をすることを禁止する「再勧誘の禁止」、訪問販売によって通常必要とされる量を著しく超える商品等を購入する契約を結んだ場合、契約後１年間は契約の解除を可能とする「過量販売解除」の導入等の規制強化を内容とする改正特定商取引法が施行されました。

問い合わせ先

○消費者庁取引・物価対策課
電話 03-3507-8800（代）

○経済産業省商務情報政策局消費経済政策課
電話 03-3501-1511（代）

２．消費者トラブルが発生している契約・販売類型

訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）等、消費者取引の中でトラブルを生じやすい特定の取引類型を対象として、これらの取引の適正化を図るため、「特定商取引に関する法律」が定められています。同法は、①事業者の不適切な勧誘・取引を取り締まるための「行政規制」と、②トラブルの防止・解決のための「民事ルール」（クーリング・オフ等）を定めています。

以下に述べる商法には注意が必要ですが、契約を結んでしまったとしても、条件を満たせば同法等の規定に基づいてクーリング・オフや取消しをすることができます。

（1）点検商法

「ふとんのダニの点検に来た」「床下が湿っているようだ。放っておくと大変なことになるので調べてあげる」「飲み水の点検に来た」「無料耐震診断をしてあげる」など、点検を口実に消費者宅を訪問し、「早く手を打たないとこのままでは危ない」と不安をあおり商品の販売や工事の契約をする商法です。

「無料で点検してあげる」と言って家庭を訪問し、「ダニだらけなのでこのふとんのままでは健康に悪い」「床下に湿気がたまっていてこのままでは家の基礎が腐ってしまう」「こんな水を飲んでいると身体に悪い」「地震が来ると瓦が落ちる危険がある」など、事実と異なることを言い、実際は必要のない商品やサービス、工事などを契約させる商法です。主婦や一人で自宅にいることの多い高齢者等に被害が生じています。相談の内容を挙げると、例えば「契約金額が高すぎる」「断ったのに強引に契約させられた」「嘘の説明をされた」などで「解約したい」というものがあります。

「特定商取引法」の訪問販売に該当する場合には、法律で定められた事項が記載された書面（申込書面又は契約書面）を受け取ってから８日間が経過するまではクーリング・オフすることができます。事業者が書面を交付しなかった場合や書面を交付したものの当該書面に法律で定められた事項が記載されていない場合等はクーリング・オフの起算日は進行せず、８日間を経過してもクーリング・オフすることができます。（クーリング・オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。）クーリング・オフした場合、消費者は一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。また、事業者の説明に嘘があって騙されて、又は、帰って欲しいと言ったのに帰らずに執拗に勧誘を受けて仕方なく契約を結んでしまった場合等には、消費者契約法でその契約を取り消すことも考えられます。

クーリング・オフのやり方など、同制度の詳しい内容については、87ページを御覧下さい。

業者の中にはすぐ工事を始めて「もう取り付けたから」などと言って解約はできないと言うことがありますが、そのような場合でもクーリング・オフすることは可能です。

ともかく、不意に訪問して点検するという業者には注意しましょう。一人暮らしの高齢者は特に、悪質な訪問販売業者に狙われやすいので、家族や近所の人たちが協力して被害に遭わないように力を貸してあげることが大事です。高齢者も信頼できる親

しい関係を近所の人たちと作っておくとよいでしょう。また、認知症がある等の判断能力が不十分な人を保護し、支援する新しい制度として「成年後見制度」があります。こうした制度も活用しましょう。

2009年度に国民生活センター、消費生活センターに寄せられた相談で数の多い商品、役務としては、工事・建築サービス、ふとん類、浄水器などがあげられます。また、相談における契約当事者の特徴をみると、年代では70～80歳代、職業別では無職及び家事従事者の割合が多くなっていました。

（2）ＳＦ商法（催眠商法）

公民館やご近所の家の車庫等を借りて閉鎖的な空間で商品説明会を開催して、商品の特徴、使用方法などを説明するなどした後、商品の購入を募る商法です。その場の消費者同士の競争意識をあおって高額な商品を買わせることがあります。

安売りや講習会を名目に人を集め、日用品や食料品等を無料か無料同然で配るなどして閉め切った会場で熱狂的な雰囲気に盛り上げ、消費者の間に「もらわねば損、買わねば損」というような一種の催眠状態を作り出して冷静な判断を失わせ、最終的には高額な商品(市価より高額)を消費者に買わせようとする商法です。(催眠商法ともいわれますが、「新製品普及会」という業者が初めて行ったため、その頭文字をとってＳＦ商法と呼ばれています。)消費者が雰囲気に酔った状態で商品の購入を決定することになるため、後で「価格が高すぎる」「本当はほしくなかったのに買わされた」等、販売業者とのトラブルが生じることとなりがちです。また、臨時に設営された会場での販売であるため、販売業者の所在がはっきりせず、連絡が取れなくなるといったトラブルも起こりがちです。中には、会場を閉め切って帰らせない、脅かして契約書を書かせるなど、乱暴で悪質な手口もあります。

この商法は、刑法の監禁罪や脅迫罪に当たる可能性があり、それらに当たらない場合でも、営業所等以外の場所で契約締結が行われた場合や電話やビラで販売目的を告げずに営業所に呼び出され契約締結が行われた場合等の特定商取引法の訪問販売に該当する場合には、法律で定められた事項が記載された書面（申込書面又は契約書面）を受け取ってから８日間が経過するまではいわゆる、クーリング・オフすることができます。事業者が書面を交付しなかった場合や書面を交付したものの当該書面に法律で定められた事項が記載されていない場合等はクーリング･オフの起算日は進行せず、８日間を経過してもクーリング・オフすることができます。(実際にクーリング・オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。) クーリング・オフした場合、消費者は一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。また、事業者の説明に嘘があって騙されて、又は、帰りたいと言ったのに帰してもらえずに執拗に勧誘を受けて仕方なく契約を結んでしまった場合等には、消費者契約法でその契約を取り消すことも考えられます。

クーリング・オフのやり方など、同制度の詳しい内容については、87ページを御覧下さい。

ＳＦ商法についての消費者からの相談で、2009年度に国民生活センター、消費生活センターに寄せられたもののうち数の多い商品としては、家庭用電気治療器具、ふとん類、健康食品、磁気治療器具などがあげられます。また、相談における契約当事者の特徴をみると、年代では70歳以上、性別では女性、職業別では無職及び家事従事者の割合が多くなっていました。

（3）次々販売商法

高額な商品を買わされるなど一度被害に遭った消費者に対し、業者が次々と商品等を販売する行為を繰り返し、消費者の被害がどんどん拡大していく商法です。

少し前までは若者の被害が目立ちました。エステティックサービスの契約をした人が化粧品や美容器具、健康食品を次々に契約させられたり、呼び出されて展示会へ行き絵画を契約させられた人が、その後も何度も呼び出され、そのたびに新たな絵画を契約させられたりといったケースです。最近では、このような若者の他に、高齢者が被害に遭うケースが多くなっています。その内容としては、ふとん類や着物類、屋根工事や増改築工事などの工事関係、床下換気扇などの住居管理設備、紳士録・名簿などの販売が多く、またそれぞれ非常に高額なものとなっており、年金生活者などが被害を受け生活に窮してしまうといったこともあります。

特定商取引法の訪問販売に該当する場合には、法律で定められた事項が記載された書面（申込書面又は契約書面）を受け取ってから８日間が経過するまではクーリング・オフすることができます。事業者が書面を交付しなかった場合や書面を交付したものの当該書面に法律で定められた事項が記載されていない場合等はクーリング・オフの起算日は進行せず、８日間を経過してもクーリング・オフすることができます。(実際にクーリング･オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。) クーリング・オフした場合、消費者は一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。また、事業者の説明に嘘があって騙されて、又は、帰って欲しいと言ったのに帰らずに執拗に勧誘を受けて仕方なく契約を結んでしまった場合等には、消費者契約法でその契約を取り消すことも考えられます。

クーリング・オフのやり方など、同制度の詳しい内容については、87ページを御覧下さい。

また、2009年12月の改正特定商取引法の施行により、訪問販売によって通常必要とされる量を著しく超える商品等を購入する契約を結んだ場合、契約締結後１年間は契約の解除を行うことが可能になりました（過量販売解除)。

一人暮らしの高齢者は特に、悪質な訪問販売業者に狙われやすいので、家族や近所の人たちが協力して被害に遭わないように力を貸してあげることが大事です。高齢者も信頼できる親しい関係を近所の人たちと作っておくとよいでしょう。また、認知症がある等の判断能力が不十分な人を保護し、支援する新しい制度として「成年後見制度」があります。こうした制度も活用しましょう。

2009年度に国民生活センター、消費生活センターに寄せられた相談で数の多い商品、役務としては、ふとん類、工事・建築サービス、エステティックサービス、株などがあげられます。また、相談における契約当事者の特徴をみると、年代では20歳代及び70歳以上の割合が多くなっていました。

（4）キャッチセールス・アポイントメントセールス

商品の販売目的や役務の提供目的を隠して、あるいは有利な条件を強調して消費者に接触し、喫茶店や営業所などに連れ込んで契約を結ばせる商法です。

繁華街の路上などで声をかけられたり電話・郵便などで呼び出され行ってみると、喫茶店や営業所などに連れ込まれ執拗な勧誘を受け仕方なく商品の売買契約や役務の提供契約を結ばされることがあります。こうした販売方法はキャッチセールス、アポイントメントセールスと呼ばれています。

キャッチセールスの典型例としては、駅前や繁華街の路上などで、「アンケートに答えて下さい」とか「モデルをやりませんか」というように、消費者が商品の売買等の目的とは無関係な言葉をかけられ、それをきっかけに営業所などに連れ込まれ、話をしているうちに商品の売買に話題が移り契約をさせられるといったものが挙げられます。

また、アポイントメントセールスの典型例としては、電話・郵便などで「海外旅行の抽選に当たったから手続に来てください」というような口実で消費者が喫茶店や営業所などに呼び出されて契約をさせられるといったものが挙げられます。

「特定商取引法」の訪問販売に該当する場合には、法律で定められた事項が記載された書面（申込書面又は契約書面）を受け取ってから８日間が経過するまでは申込の撤回又は契約の解除（いわゆる、クーリング・オフ）をすることができます。事業者が書面を交付しなかった場合や書面を交付したものの当該書面に法律で定められた事項が記載されていない場合等はクーリング・オフの起算日は進行せず、８日間を経過してもクーリング・オフすることができます。（実際にクーリング・オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。）クーリング・オフした場合、消費者は一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。また、事業者の説明に嘘があって騙されて、又は、帰りたいと言ったのに帰してもらえずに執拗に勧誘を受けて仕方なく契約を結んでしまった場合等には、消費者契約法でその契約を取り消すことも考えられます。

クーリング・オフのやり方など、同制度の詳しい内容については、87ページを御覧下さい。

2009年度に国民生活センター、消費生活センターに寄せられた相談で数の多い商品、役務としては、キャッチセールスに関しては、エステティックサービス、絵画、外国語教室など、また、アポイントメントセールスに関しては、複合サービス会員、アクセサリー、新築分譲マンションなどがあげられます。また、相談における契約当事者の特徴をみると、年代ではいずれも20～30歳代の割合が多くなっていました。

（5）デート商法（恋人商法）

昨今、被害が増加しているデート商法とは、異性を電話等により呼び出したり街頭で声をかけたりして接触し会話を交わしていく中で、相手の恋愛感情を巧みに利用して高額な商品等を契約させる商法です。最近では、携帯電話の普及によって、より被害が増加する傾向にあります。

商品の販売目的を隠して接触してくるところはアポイントメントセールスやキャッチセールスと同様の形態ですが、言葉巧みに相手の異性間の感情を利用して商品を買わせる手口は年々巧妙になっています。最近では出会い系サイトで知り合った異性が販売員だったというケースや、自宅への電話がきっかけでメールをやり取りするようになり、実際に会ったところ販売員だったという事例が目立ちます。いわゆるメル友だった時には商品の販売については聞かされず、実際に会って初めて商品の購入を勧められたというように、消費者がすぐには業者からの勧誘であると気付きにくくなっています。

特定商取引法の訪問販売や電話勧誘販売に該当する場合には、法律で定められた事項が記載された書面（申込書面又は契約書面）を受け取ってから８日間が経過するまでは申込の撤回又は契約の解除（いわゆる、クーリング・オフ）をすることができます。事業者が書面を交付しなかった場合や書面を交付したものの当該書面に法律で定められた事項が記載されていない場合等はクーリング・オフの起算日は進行せず、８日間を経過してもクーリング・オフすることができます。（実際にクーリング・オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。）クーリング・オフした場合、消費者は一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。また、事業者の説明に嘘があって騙されて、又は、帰りたいと言ったのに帰してもらえずに執拗に勧誘を受けて仕方なく契約を結んでしまった場合等には、消費者契約法でその契約を取り消すことも考えられます。

クーリング・オフのやり方など、同制度の詳しい内容については、87ページを御覧下さい。

見知らぬ異性からの電話には、商品等の購入の誘いではと疑ってかかるくらい慎重になるべきです。また、相手が優しく親切なのは商品等を売るための手口です。その場の雰囲気に巻き込まれずしっかりとした冷静な判断を行うことが極めて重要であり、きっぱりと断る勇気や判断に迷った時には一度その場から立ち去る勇気を養うことが必要です。

2009年度に国民生活センター、消費生活センターに寄せられた相談で数の多い商品、役務としては、アクセサリー、デジタルコンテンツ、絵画などがあげられます。また、相談における契約当事者の特徴をみると、年代別では20歳代、職業別では給与生活者の割合が多くなっていました。

（6）資格講座商法（士（さむらい）商法）

「受講するだけで資格が取れる」、「あなたはこの資格の取得義務がある」などと言って、公的資格や民間資格を取得するための講座を受けるよう勧誘する商法のことです。資格には、「士」の字がつくものが多いので、「士［さむらい］商法」ということもあります。近年、電話で強引な勧誘を行うといったものが増加しています。

この商法の業者の主な手口は、次のようなものです。

① 職場へ執拗に電話をかけ、「受講すれば、試験を受けなくても資格が取れる」、「会社が受講を推薦している」、「この資格を取れば手当が支給される」等のセールストークを用いて、強引な勧誘を行う。

② 考える時間を与えず、電話口で強引に応諾の決断を迫り、消費者があいまいな返

答をしたことをとらえて、契約の成立を主張する。
③　その後直ちに契約書、クレジットの書類を送りつけ、代金支払いを迫る。
④　また過去に講座を受講して資格取得に至っていない消費者を対象に、合格するまで受講の義務があるとして、新たな講座の契約をさせたり、終了させるには手続きが必要として高額な手数料の支払いを求めるケースがあります。さらに、あなたは対象者リストに載っている、お金を出せばリストから抹消してあげますとして高額な手数料を要求することもあります（一般に「二次被害」といわれています）。

特定商取引法の電話勧誘販売に該当する場合には、法律で定められた事項が記載された書面（申込書面又は契約書面）を受け取ってから８日間が経過するまでは申込の撤回又は契約の解除（いわゆる、クーリング・オフ）をすることができます。事業者が書面を交付しなかった場合や書面を交付したものの当該書面に法律で定められた事項が記載されていない場合等はクーリング・オフの起算日は進行せず、８日間を経過してもクーリング・オフすることができます。（実際にクーリング・オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。）クーリング・オフした場合、消費者は一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。

クーリング・オフのやり方など、同制度の詳しい内容については、87ページを御覧下さい。

この商法に対しては、次のことに気を付けて、できるだけ速やかに対応することが必要です。
①　受講を勧誘されたときには、資格の内容や実施主体について国や地方公共団体に確認したり、講座の費用や支払方法を調べた上で、自分にとって必要な資格かどうかよく考えること。
②　電話勧誘に対しては、あいまいな返事をせず、受講しない場合には、毅然とした態度ではっきりと「受講する気はない」と答えること。
③　自分が承諾した覚えがないのに、事業者から一方的に契約書への署名・捺印や代金支払いを迫られても、これに応じたりせず、「応諾していない」と断ること。

（7）内職・モニター商法

自宅などで簡単な仕事をするだけで高収入が得られるなどと言って電話等で勧誘し、その仕事をするのに必要だと言って高額な商品を購入させる商法ですが、結局仕事は提供されず、商品の代金支払だけが残るといった被害に陥ることがほとんどです。

こうしたいわゆる「内職・モニター商法」の典型例としては次のようなものがあります。
①　パソコンやワープロを使用して自宅で簡単にできる仕事があるという広告をして誘われた消費者から講習料や登録料を取ったり高額なパソコン等を購入させたりするが、実際は仕事をほとんど与えない。
②　チラシを配るだけで高収入が得られると宣伝し、大量のチラシを高額で買わせるが、配っても配っても実際にはほとんど収入がない。
③　その他、内職講習会と称して多額の受講料等を取った上、委託した仕事については種々の条件を付けて買いたたいたり、仕上がり具合を問題にして買い上げを拒否する手口（ステンドグラス内職、アクセサリー工芸内職等）や、相当の工賃収入が得られると宣伝し高額な機械を市価の倍額ぐらいの価格で売りつけるものの工賃は全く支払われない、などの手口があります。

こうして、消費者は、収入を得ることができずに結局損をさせられてしまいます。

特定商取引法の業務提供誘引販売取引に該当する場合には、法律で定められた事項が記載された書面（契約書面）を受け取ってから20日間が経過するまでは申込の撤回又は契約の解除（いわゆる、クーリング・オフ）をすることができます。事業者が書面を交付しなかった場合や書面を交付したものの当該書面に法律で定められた事項が記載されていない場合等はクーリング・オフの起算日は進行せず、20日間を経過してもクーリング・オフすることができます。（実際にクーリング・オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。）クーリング・オフした場合、消費者は一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。

クーリング・オフのやり方など、同制度の詳しい内容については、87ページを御覧下さい。

（8）マルチ商法

販売組織の加盟者が消費者を組織に加入させ、さらにその消費者が別の消費者を組織に加入させることを次々に行うことにより組織をピラミッド式に拡大していく商法のことです。

連鎖販売取引は、利益が得られることをもって消費者を販売員に勧誘し、さらにその販売員が他の消費者を販売員に勧誘するというように、次々に消費者が販売員となって組織を拡大していくものです。この商法の問題点は、販売業者、販売員が特異な一部の成功例を引用して多大な利益が容易に得られるかのように消費者を信じこませたり、製品の優秀性を過度に強調する、また、友人や親戚を販売組織に加盟させようとする行為などがトラブルとなることが多いことです。

高額な価格で購入した大量の在庫品を抱えてしまうなど、商売の経験が乏しい主婦や大学生等に被害が生じています。

特定商取引法の連鎖販売取引に該当する場合には、法律で定められた事項が記載された書面（契約書面）を受け取ってから８日間が経過するまでは申込の撤回又は契約の解除（いわゆる、クーリング・オフ）をすることができます。事業者が書面を交付しなかった場合や書面を交付したものの当該書面に法律で定められた事項が記載されていない場合等はクーリング・オフの起算日は進行せず、20日間を経過してもクーリング・オフすることができます。（実際にクーリング・オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。）クーリング・オフした場合、消費者は一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。

クーリング・オフのやり方など、同制度の詳しい内容については、87ページを御覧下さい。

2009年度に国民生活センター、消費生活センターに寄せられた相談で数の多い商品としては、健康食品、化粧品類、ファンド型投資商品、浄水器などがあげられます。また、相談における契約当事者の特徴をみると、年代では20歳代、職業別では給与生

活者の割合が多くなっていました。

（9）送り付け商法（ネガティブオプション）

契約を結んでいないのに商品を勝手に送ってきて、返品又は購入しない旨の意思を示さない限り、購入したものとしてその商品の代金を請求してくる商法です。

商品と一緒に請求書が入っていたり、福祉目的をうたい寄付と勘違いさせたり、問い合わせた電話でもっともらしく業者に請求されると、商品が手元にあるため支払わなくてはならないような気になり代金を支払ってしまう人がいます。

この商法は、「特定商取引に関する法律」のいわゆるネガティブオプションに当たり、商品が送られた日から14日間(商品の引き取りを販売業者に請求したときは、その日から７日間)を経過すれば自由に処分できます。代金を支払う必要も自分から商品を返送する必要もありません。ただし、その14日間（あるいは７日間）の保管期間中に商品を使うと購入の承諾とみなされ代金を支払わなくてはならないことになりますので注意が必要です。

2009年度に国民生活センター、消費生活センターに寄せられた相談で数の多い商品としては、書籍・印刷物、鮮魚（かに）などがあげられます。また、相談における契約当事者の特徴をみると、年代では60歳以上、職業別では無職の割合が多くなっていました。

（10）特定継続的役務提供

特定継続的役務提供とは、エステティックサロン、外国語会話教室、学習塾、家庭教師派遣、パソコン教室及び結婚相手紹介サービスの６業種につき、一つの契約に基づき事業者が消費者に比較的長期にわたりサービスを提供し、かつその契約の目的が実現するかどうか必ずしも確実でないという特徴を踏まえ、特定商取引に関する法律において規制されている取引のことです。

この特定継続的役務提供については、①実際に役務の提供を受けてみるまでその内容・質の判断が困難なこと、②消費者・事業者双方に、契約期間(一般に長期)中に様々な事情の変化が起こり得ること、といったその特徴から、主に中途解約をめぐるトラブルが目立っていました。

特定商取引法における「特定継続的役務提供」とは、役務提供事業者が、特定継続的役務（①身体の美化、知識の向上等の目的を実現させることを持って誘引が行われるものであり、②役務の性質上、目的が実現するかどうか確実ではない役務）を一定期間（エステの場合は１ヶ月、他は２ヶ月）を超えて提供すること約し、消費者が一定額を超える金銭（５万円）を支払うことを約する契約のことです。現在、政令でエステ、語学教室、家庭教師、学習塾、パソコン教室、結婚相手紹介サービスの６つが指定されています。（実際にクーリング・オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。）クーリング・オフした場合、消費者は一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。また、その８日間を過ぎてしまっても消費者はいつでもその契約を将来に向かって解除でき、その場合でも既に提供された役務の対価と法定の損害賠償額を足した額以上の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。なお、事業者の説明に嘘があって騙されて、又は、帰りたいと言ったのに帰してもらえずに執拗に勧誘を受けて仕方なく契約を結んでしまった場合等には、消費者契約法でその契約を取り消すことも考えられます。

クーリング・オフのやり方など、同制度の詳しい内容については、87ページを御覧下さい。

特定継続的役務提供に係る契約を結ぶ際には、消費者も以下の点に注意することが必要です。

１）広告やイメージだけで判断することなく、契約内容について十分理解した上で契約すること。

２）役務の内容や支払方法、中途解約の際の取扱い等、具体的内容について書面等により十分確認すること。

３）特に、前払い(クレジットによる立替払いを含む)により、長期間に渡る契約をする際には慎重さが必要であること。

（11）現物まがい商法

金やダイヤモンド、ゴルフ会員権などを業者が売りつけて、さらにそれを預かり、一定期間後に利子をつけて返す契約または一定の価格で買い取る契約を結びながら、実際には現物は消費者に引き渡されることがなく、そもそも業者が現物を持っているかどうかすら疑わしいといった商法です。

金や牛等の販売をしているが、契約しても現物を渡さず、「現物は当社で預かり、利殖のために運用にあてて上がった利益の何割かを配当として支払います。銀行預金よりずっと有利な資産運用ができます。」などと説明し、消費者には預かり証が渡されるものの、現実には買ったものに目に触れることもなく、結局支払った代金も返ってこないという被害があります。

この商法は、基本的に「特定商品等の預託等取引契約に関する法律（預託法）」で規制されており、契約を結んでしまった消費者は、クーリング・オフ（契約の無条件解約）することができることが記載された書面を受け取ってから14日間はクーリング・オフすることができます。（実際にクーリング・オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。）クーリング・オフした場合、消費者は一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。また、その14日間を過ぎてしまっても消費者はいつでもその契約を将来に向かって解除でき、その場合でも契約を締結した時のその商品の価値の10%を超える額以上の損害賠償又は違約金の請求を受けることはありません。

クーリング・オフのやり方など、同制度の詳しい内容については、87ページを御覧下さい。

（参考）太陽光発電装置等の販売に係る消費者トラブル

国民生活センター公表事例（2009年10月７日公表）

○ソーラーシステムの訪問販売のトラブルが増加

―「売電収入」や「補助金」の過剰なセールストークに惑わされないで―

全国の消費生活センターに寄せられるソーラーシステムの訪問販売に関する相談件数が増加しています。ＰＩＯ－ＮＥＴ（全国消費生活情報ネットワーク・システム）でソーラーシステムとは、太陽光発電システムや太陽のエネルギーを給湯や暖房などに利用するシステムのことをいいますが、「事実と異なる説明を受け契約したが解約したい」、「よく考えると高額なので解約したい」などの相談が多く寄せられています。これらソーラーシステムに関する相談全体のうち、８割以上が訪問販売に関する相談です。

2009年11月より、住宅用では太陽光発電システムを使って家庭で作られた電力のうち、余った電力を電力会社に、１kWh48円等で買い取ってもらうことができるようになりましたが、「余剰電力を電力会社に売った収入でクレジットの月々の分割代金の支払いがまかなえる」というような説明が業者からされることも多いようです。しかし、実際には説明されたほど発電量はなく、話が違うので解約したいという相談が多数あります。また、ソーラーシステムを設置する際、国や地方公共団体から補助金を受けられる場合もありますが、その受給条件を満たしていないにも関わらず、補助金が受けられると説明しているケース、また、「今ならモニター価格で値引きする」などと言って、急いで契約をさせるケース、さらに、サービスとして家電製品などをつけお得感を強調することで消費者が冷静に検討できなくなるようなケースも見られました。

※詳細な内容については国民生活センターホームページをご参照ください。
http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20091007_1.html

（参考）クーリングオフ制度

クーリング・オフ制度は、消費者が自宅などに不意の訪問を受けて勧誘される場合等、自らの意思がはっきりしないままに契約の申込み・締結をしてしまうことがあるため、消費者が頭を冷やし再考する機会を与えるために導入された制度です。

89ページの表「クーリング・オフ制度の一覧」に掲げられた法律に定められる商法で、その法律に定められた期間内であれば、消費者は、一切の損害賠償又は違約金の請求を受けることなく、申込みの撤回や契約の解除を行うことができます。

クーリング・オフを行使するに当たっては、次のことに注意しましょう。

１）日数の計算方法は、申込みの撤回又は契約の解除ができる旨が記載された書面を業者から渡された日から起算した日数(その日を含む)となっており、その間にクーリング・オフする必要あります。（日数の起算日については、それぞれの法律に例外がありますので御注意下さい。）

２）行使方法は、書面で行う必要がありますが、１）の期間内に発送等すればよく相手に届いている必要はありません。クーリング・オフした証拠を残すために、内容証明郵便で行うことをお勧めします。クーリング・オフする際に書面に記載する内容、内容証明郵便の詳しいやり方については、90ページを御覧下さい。

特定商取引に関する法律では、事業者が、消費者のクーリング・オフを妨害するため「これは特別な契約なのでクーリング・オフできない。」等と虚偽の説明をしたり威迫を行ったりして、消費者が誤認又は困惑してクーリング・オフを行わなかった場合には、その消費者は、法律所定の期間（８日又は20日）を経過した場合であっても、その事業者がクーリング・オフできる旨を記載した書面を改めて交付し、それから８日経過するまでの間は、クーリング・オフを行うことができることとしております。

なお、特定商取引法では、以下の商品、役務に係る取引についてはクーリング・オフすることができません

ア）全部の履行が契約締結後直ちに行われることが通例である役務

①海上タクシー、②飲食店での飲食、③あん摩、マッサージ、指圧、④カラオケ

イ）販売条件等についての交渉が相当の期間にわたり行われるのが通常の取引態様である商品、役務

①自動車の販売と②自動車の貸与

ウ）契約締結後速やかに提供されない場合には、その提供を受ける者の利益を著しく害するおそれがある役務

①電気の供給、②ガスの供給、③熱の供給、④葬儀

エ）使用、一部の消費により価値が著しく減少するおそれがある商品（いわゆる消耗品）を使用等した場合

①健康食品、②不織布及び幅が13㎝以上の織物、③コンドーム、生理用品、④防虫剤、殺虫剤等、⑤化粧品、石けん等、⑥履物、⑦壁紙、⑧配置薬が政令で指定

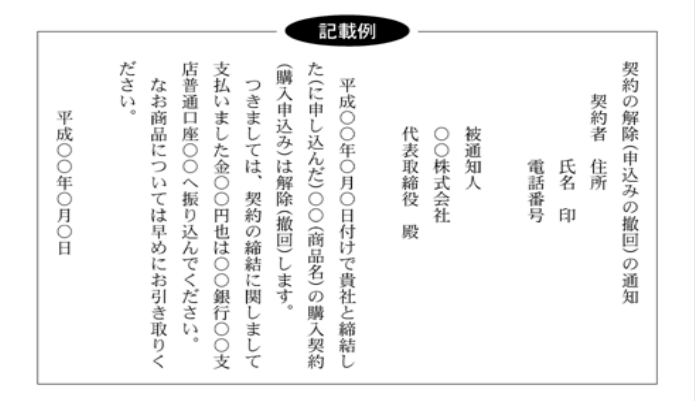
オ）3,000万円未満の現金取引

クーリング・オフ制度の一覧

法律	取引内容	クーリング・オフ権を行使し得る期間	根拠条文
特定商取引に関する法律	訪問販売(定義については第２条第１項)	申込者等が契約の内容を明らかにする書面(又は契約の申込みの内容を記載した書面)を受領した日から起算して８日を経過するまで	第９条
特定商取引に関する法律	電話勧誘販売(定義については第２条第３項)	申込者等が契約の内容を明らかにする書面(又は契約の申込みの内容を記載した書面)を受領した日から起算して８日を経過するまで	第 24 条
特定商取引に関する法律	連鎖販売取引(定義については第 33 条第１項)	契約の相手方が契約の内容を明らかにする書面を受領した日又は商品の引渡しを受けた日から起算して 20 日を経過するまで	第 40 条
特定商取引に関する法律	特定継続的役務提供(定義については第 41 条)	特定継続的役務提供受領者等が契約の内容を明らかにする書面を受領した日から起算して８日を経過するまで	第 48 条
特定商取引に関する法律	業務提供誘引販売取引(定義については第 51 条第１項)	契約の相手方が契約内容を明らかにする書面を受領した日から起算して 20 日を経過するまで	第 58 条
割賦販売法	割賦販売(定義については第２条第１項)	申込者等が契約の内容を明らかにする書面等を受領した日以後において業者から申込みの撤回等を行うことができる旨及びその申込みの撤回等を行う場合の方法について告げられた日から起算して８日を経過するまで	第４条の４
割賦販売法	ローン提携販売(定義については第２条第２項)	申込者等が契約の内容を明らかにする書面等を受領した日以後において業者から申込みの撤回等を行うことができる旨及びその申込みの撤回等を行う場合の方法について告げられた日から起算して８日を経過するまで	第 29 条の３の３
割賦販売法	割賦購入あっせん(定義については第２条第３項)	申込者等が契約の内容を明らかにする書面等を受領した日以後において業者から申込みの撤回等を行うことができる旨及びその申込みの撤回等を行う場合の方法について告げられた日から起算して８日を経過するまで	第 30 条の２の３
ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律	会員契約(定義については第２条第１項)	会員が指定役務の内容及び提供時期等を記載した書面を受領した日から起算して８日を経過するまで	第 12 条
特定商品等の預託等取引契約に関する法律	預託等取引契約(定義については第２条第１項)	預託者が預託等取引契約の内容及びその履行に関する事項を記載した書面を受領した日から起算して 14 日を経過するまで	第８条
商品投資に係る事業の規制に関する法律	商品投資契約(定義については第２条第１項)	顧客が商品投資契約等の内容及びその履行に関する事項を記載した書面を受領した日から起算して 10 日を経過するまで	第 19 条
有価証券に係る投資顧問業の規制に関する法律	投資顧問契約(定義については第２条第１項)	顧客が契約の内容を明らかにする書面を受領した日から起算して 10 日を経過するまで	第 17 条
宅地建物取引業法	宅地建物取引(定義については第２条)	申込者等が申込みの撤回等を行うことができる旨及びその申込みの撤回等を行う場合の方法について書面で告げられた日から起算して８日を経過するまで	第 37 条の２
不動産特定共同事業法	不動産特定共同事業契約(定義については第２条第３項)	事業参加者が不動産特定共同事業契約の契約の種別等を記載した書面を受領した日から起算して８日を経過するまで	第 26 条
保険業法	保険契約(定義については第２条第１項)	申込者等が保険契約の申込みの撤回等に関する事項を記載した書面を交付された日と申込みをした日とのいずれか遅い日から起算して８日を経過するまで	第 309 条

*記載方法の詳細については、お近くの消費生活センター等にお尋ねください。

「記載例」


記載例

契約の解除(申込みの撤回)の通知

契約者　住所
　　氏名　印
　　電話番号

被通知人
○○株式会社
代表取締役　殿

平成○○年○月○日付けで貴社と締結した(に申し込んだ)○○(商品名)の購入契約(購入申込み)は解除(撤回)します。

つきましては、契約の締結に関しまして支払いました金○○円也は○○銀行○○支店普通口座○○へ振り込んでください。

なお商品については早めにお引き取りください。

平成○○年○月○日

*内容証明郵便物の手続の詳細については、最寄りの内容証明郵便物を取り扱う郵便事業株式会社の支店又は郵便局までお尋ねください。

（参考）内容証明の制度

①　内容証明

内容証明とは郵便法第48条に規定する郵便事業株式会社の業務で、郵便物の内容文書について、いつ、どのような内容の文書を誰から誰へあてて差し出したかということを差出人が作成した謄本によって郵便事業株式会社が証明してくれるものです。

※内容文書とは、受取人へ送達する文書をいいます。

※謄本とは、内容文書を謄写した書面をいい、差出人及び引き受けた郵便事業株式会社の支店又は郵便局において保管するものです。

②　内容証明とすることができる文書

１）文書1通のみを内容としているもの。
　内容文書以外の物（図面や返信用封筒等）を同封することはできません。
　また、為替証書や小切手等の有価証券についても同様です。

２）仮名、漢字、数字、英字（固有名詞に限る）、括弧、句読点及びその他一般に記号として使用されているもののみで記載された文書。

③　内容証明郵便物の謄本の作成方法

用紙の大きさについては決まりがありません。

書式については、以下のルールを守れば、手書きでもワープロでもかまいません。

１）縦書きの場合１行20字以内１枚26行以内
　横書きの場合１行20字以内１枚26行以内、１行13字以内１枚40行以内又は１行26字以内１枚20行以内。

※字数・行数の制限は、謄本に関するものであり、内容文書に制限はない。

※句読点（。、）などは、１字に数える。

２）訂正、挿入又は削除するときは、その字数及び箇所を欄外又は末尾の余白に記載し、差出人の印を押印する。この場合、その訂正又は削除に係る文字は明らかに読み得るように字体を残す。

３）差出人と受取人の住所、氏名を末尾余白に付記するか、別に記載して添付する。

ただし、その住所氏名が内容文書に記載されたものと同一であるときは、原則として、その記載を省略することができる。

４）２枚以上になるときは、そのつづり目に契印する。

④　内容証明郵便物の差出方法

内容証明郵便物を取り扱う郵便事業株式会社の支店又は郵便局（以下「郵便局等」といいます。）に、開封したまま内容文書１通と謄本２通を添えて提出します。郵便局等では、３通の内容が同じであるか、謄本の字数及び行数が規定の範囲内かなどを確認した上で手続を行います。

⑤　料金

内容証明郵便物は、基本料金、内容証明料、書留料及び配達証明料（付加は任意。）の合計が、最低で1,220円かかることになります（郵便物の重量若しくは形状又は謄本の枚数によって異なってきます。）。

※内容証明郵便物の手続の詳細については、最寄りの郵便局等までお尋ねください。

（参考）簡易裁判所における民事裁判手続

簡易裁判所における手続のうち消費者契約に関するトラブルの解決に役立つものとしては、次のものが挙げられる。

①　民事訴訟手続

簡易裁判所が当事者双方から提出された主張及び証拠に基づき公開の法廷で審理を行った上で判決を言い渡すことにより、トラブルを解決する手続です。原告が請求する経済的利益が140万円以下の場合には、簡易裁判所に訴えを提起します。また、なるべく少ない負担で簡易迅速に紛争を解決することを目的として、民事訴訟法は、60万円（2003年の民事訴訟法の改正により，上限が30万円から60万円に引き上げられました。）以下の金銭の支払を請求する訴えに限り、原則として１回の期日で審理を終えて直ちに判決の言渡しまで行う特則（少額訴訟手続）を設けています。

②　民事調停手続

当事者双方が簡易裁判所の調停委員会の仲介の下で話合いを行って合意を成立させることにより、トラブルを解決する手続です。費用が安く、非公開の手続であるため秘密が守られる点が利点ですが、当事者間に合意が成立しなければ、原則としてトラブルを解決することができないという点で限界があります。

③　督促手続

簡易裁判所の裁判所書記官が、債権者の主張に基づき、相手方に対して金銭等の支払を命じる「支払督促」を発する手続です。「支払督促」に対して相手方から異議が申し立てられた場合には通常の訴訟手続に移行しますが、異議が申し立てられない場合には、債権者の申立てにより「仮執行の宣言」が付され、この宣言を付された「支払督促」に対して異議が申し立てられない場合には、確定した判決と同一の効力が認められ、これに基づき強制執行をすることができます。時間や費用が余りかからないことが利点ですが、対象が金銭の支払の請求等に限定されています。

問い合わせ先

○法務省民事局参事官室

電話 03-3580-4111（代）

［7］金融商品等

（1）預金保険制度

①　預金保険制度の役割と運営主体

預金保険制度とは、万が一金融機関が破たんした場合などに、預金者等（以下「預金者」という。）を保護し、また、資金決済の確保を図ることによって、信用秩序の維持に資することを目的とする制度です。

我が国の預金保険制度は、「預金保険法」（1971年制定）により定められており、政府・日本銀行・民間金融機関の出資により設立された預金保険機構が制度の運営主体となっています。

②　預金保険制度の対象金融機関

預金保険制度の対象となる金融機関は、日本国内に本店のある次の金融機関です。これら金融機関は、法律により預金保険制度への加入が義務付けられておりますので、これら金融機関に預金等（預金保険制度の対象預金）を預け入れるだけで、預金者、金融機関及び預金保険機構の間で保険関係が成立することとなります。このため、預金者は、預金保険制度について特に手続きを行う必要はありません。

銀行（日本国内に本店のあるもの）、信用金庫、信用組合、労働金庫、信金中央金庫、全国信用協同組合連合会、労働金庫連合会、株式会社商工組合中央金庫

（注１）日本国内に本店のある金融機関が海外支店で受け入れる預金等、政府系金融機関、外国銀行の日本支店は制度の対象外。農協・漁協、信農連・信魚連、水産加工協、同連合会、農林中金は農水産業協同組合貯金保険制度に加入。

（注２）株式会社ゆうちょ銀行も預金保険制度の対象金融機関です。

③　預金保険制度の対象となる預金等と保護の範囲

１）預金等の分類と保護の内容

預金等の分類		保護の内容
決済用預金	当座預金・利息の付かない普通預金など無利息、要求払い、決済サービスを提供できるという３要件を満たす預金	全額保護
一般預金等	利息の付く普通預金、定期預金、定期積金、掛金、元本補てん契約のある金銭信託（貸付信託を含む。）、金融債（保護預り専用商品に限る）及びこれらの預金等を用いた財形貯蓄商品・確定拠出年金の積立金　等	合算して元本１,000 万円までとその利息等を保護 1,000 万円を超える部分は、破たん金融機関の財産の状況に応じて支払われます（一部カットされることがあります）
外貨預金、他人・架空名義預金、譲渡性預金、特別国際取引勘定において経理された預金（オフショア預金）、日本銀行（国庫金を除く）からの預金、対象金融機関からの預金（確定拠出年金の積立金の運用に係る預金を除く）、預金保険機構からの預金、無記名預金、導入預金、元本補てん契約のない金銭信託、金融債（募集債及び保護預り契約が終了したもの）　等		保護対象外 破たん金融機関の財産の状況に応じて支払われます（一部カットされることがあります）

詳しくは、各金融機関にお問い合わせください。

２）送金や振込中のお金の保護

金融機関が、顧客から振込・口座振替等の依頼に基づき受け入れた預かり金等については、当該金融機関が破たんした場合であっても、全額保護され、取引が確実に履行されることになっています。

④　金融機関が破たんしたら

金融機関の破たん処理の方法には、保護される預金等を預金保険機構が各預金者に直接支払う方式（保険金支払方式（ペイオフ））と、他の健全な金融機関に保護される預金等を含む事業の全部や一部を移管して資金援助を行う方式（資金援助方式）の２つの方法があります。どちらの方式でも、預金保険制度により保護される預金等の範囲は同じですが、保険金支払方式は、破たん金融機関の金融機能が停止し清算されるのに対して、資金援助方式は、破たん金融機関の一定の金融機能は救済金融機関に移管され維持されます。

金融機関が破たんした場合でも、預金者の利便性を確保するため、１）保護される範囲内の預金等の迅速な払戻し（注１）、２）保険金や預金等の支払いにかなりの日数を要すると見込まれるようなときには、預金者の当面の生活資金等に充てるための仮払金の支払い（普通預金１口座当たり60万円を限度）、３）元本1,000万円を超える部分とその利息及び外貨預金についても、預金保険機構が概算額で預金等を買取り預金者に支払う（注２）などの制度があります。詳細については、預金保険機構等へお問い合わせください。

（注１）預金を迅速に払い戻すには、１預金者が破たん金融機関に預け入れている合計額を計算する必要があります。破たん金融機関に同一の預金者が複数の預金等の口座を有している場合、それらを合算して、預金保険で保護される預金等の総額（付保預金額といいます。）を算定します。これを「名寄せ」といいます。この名寄せのために、各口座ごとに預金者のデータ（氏名、生年月日、住所（法人の場合は、名称、設立年月日、所在地）、電話番号等）が必要です。このため、預金者の皆様は引越しや結婚等によりこれらの事項に変更が生じた場合、速やかに各金融機関での手続きをお願いいたします。

（注２）破たん金融機関の財産の状況に応じて清算による配当として支払われることになりますが、通常、配当までには時間がかかることから、その部分を預金保険機構が概算払率（破産手続により弁済可能と見込まれる額等を考慮して決定した率）を掛けた金額で買取ることにより、預金者に迅速に概算払額の支払いを行います。

問い合わせ先

○預金保険機構
　電話 03-3212-6029
○各財務局の金融監督課
○金融庁総務企画局企画課信用機構企画室
　電話 03-3506-6000（代）

（2）金融商品の販売等に関する法律

金融サービスの利用者保護を図るため、金融商品販売業者等の顧客に対する説明義務を明確化し、説明義務違反に対する損害の賠償責任を民法の特例として定める等の

措置を講じている法律です。2006年６月に改正され（2007年９月30日完全施行）、説明義務の拡充、断定的判断の提供等の禁止規定の新設、対象商品・取引等の範囲の拡大など、金融サービスの利用者保護がより一層拡充されました。

【対象となる金融サービスの範囲】

金融商品については、預貯金、信託、保険、有価証券等を幅広く対象とし、今後登場する新しい商品については政令で追加することができる。（第２条第１項関係）

【金融商品販売業者等の説明義務の明確化及び説明義務違反に対する損害賠償責任等】

①　金融商品販売業者等の説明義務の明確化

１）金融商品販売業者等に対し、次のような金融商品の有するリスク等に係る重要事項の説明を義務付ける。（第３条第１項関係）

ア）元本欠損や当初元本を上回る損失が生ずるおそれがある旨、及びこれらを生ずる要因に関する次の事項（１～６号）

（a）金融商品の価値の変動要因

・金利、通貨の価格、金融商品市場における相場その他の指標に係る変動を要因とするときはその指標

・金融商品販売業者等の業務又は財産の状況の変化を要因とするときは、主体である金融商品販売業者等

・その他政令で定める事由を要因とするときはその事由

（b）金融商品の取引の仕組みのうちの重要な部分

イ）権利行使期間の制限又は解約期間の制限（７号）

２）金融商品についての説明の際には、以下の顧客の属性に照らして、顧客に理解されるために必要な方法及び程度でなければならない。（第３条第２項関係）

・顧客の知識、経験

・顧客の財産の状況

・顧客の金融商品の販売に係る契約の締結の目的

３）顧客が、金融商品販売業者等である場合や、顧客が説明を要しない旨の意思の表明をした場合等には、説明は不要。（第３条第７項関係）

②　断定的判断の提供等の禁止

金融商品販売業者等は、顧客に対し、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤認されるおそれのあることを告げる行為を行ってはならない。（第４条関係）

③　説明義務違反・断定的判断の提供等に対する損害賠償責任

金融商品販売業者等が顧客に重要事項を説明しなかったとき、又は断定的判断の提供を行ったときは、損害賠償責任を負うものとし、元本欠損額をその損害額と推定する。（第５条、第６条関係）

（注１）金融商品販売法によらなければ、通常は不法行為による損害賠償責任（民法 709 条）をめぐって争われることとなり、業者の説明義務違反と損害の因果関係や損害額等について原告が立証責任を負うことから、顧客の負担は大きくなる。

（参考）民法709条（不法行為による損害賠償責任）

故意又は過失によって他人の権利又は法律上保護される利益を侵害した者は、これによって生じた損害を賠償する責任を負う。

（注２）本法によって、説明義務等を法定し、原告（顧客）の因果関係の立証責任を転換することにより、原告の立証責任の軽減が図られることとなる。なお、原告は、民法 709 条による損害賠償請求を行うことも可能。

【金融商品販売業者等の勧誘の適正の確保】

①　金融商品販売業者等は、勧誘の適正の確保に努めなければならない旨規定。（第８条関係）

②　金融商品販売業者等は、次の事項を含む勧誘方針を策定・公表しなければならない。（第９条関係）

１）勧誘の対象となる者の知識、経験、財産の状況及び当該金融商品の販売に係る契約を締結する目的に照らして配慮すべき事項（第２項第１号）

２）勧誘の方法及び時間帯に関し勧誘の対象となる者に配慮すべき事項（第２項第２号）

３）その他勧誘の適正の確保に関する事項（第２項第３号）

③　上記②に違反した金融商品販売業者等は、過料に処する。（第10条関係）

問い合わせ先

○金融庁総務企画局企画課金融トラブル解決制度推進室

電話 03-3506-6000（代）

（3）資金決済に関する法律

資金決済に関する法律（一部を除き、本年４月１日施行）は、①従来規制対象とされていた商品券やプリペイド・カードに加え、いわゆるサーバ型の前払式支払手段についても規制の対象とし、②従来銀行等のみに認められてきた為替取引（送金等）を少額の取引に限定して銀行等以外の者でも行えるようにすること等を主な内容としています。

【前払式支払手段】

１）法律の規制を受ける前払式支払手段

次の要件を全て満たす証票、電子機器その他の物又は番号、記号その他の符号（証票等）については、前払式支払手段として、法律の規制を受けます。

ア）証票等に、一定の金額又は物品・サービスの数量が記載又は電磁的な方法で記録されていること。

イ）証票等に記載又は電磁的な方法で記録された金額又は物品・サービスの数量に応ずる対価が支払われて発行されること。

ウ）物品の購入等のために証票等が提示等の方法により使用されること。

２）前払式支払手段の発行者（財務局等への届出・登録）

ア）事後届出が必要な場合（自家型発行者）

発行者の店舗等においてのみ使用できる証票等を発行している場合には、３月末又は９月末の未使用残高（総発行額－総回収額）が1,000万円を超えた場合、財務局等への届出が必要となります。

イ）事前登録が必要な場合（第三者型発行者）

発行者以外の第三者の店舗（加盟店）においても使用できる証票等を発行する場合には、財務局等への事前の登録が必要です。

３）主な規制の内容

ア）表示事項

証票等に発行者の氏名、証票等の金額等の事項を表示する必要があります。

イ）払戻しの原則禁止

前払式支払手段の払戻し（換金等）は、発行の業務を廃止した等、一定の場合を除き、原則的に禁止されています。

ウ）発行保証金の供託等

３月末又は９月末において、未使用残高が1,000万円を超えた場合、その未使用残高の２分の１以上の額に相当する額を供託等する必要があります。

４）発行保証金の還付

前払式支払手段の保有者は、発行者の破綻等により、前払式支払手段が使用できなくなった場合、発行保証金を原資として、還付を受けられる場合があります。

【資金移動業】

１）資金移動業者（財務局等への登録）

銀行等以外の事業者が為替取引（送金等）を行うことを登録制としています。

２）少額の取引

資金移動業者が行う資金移動サービスの１回あたりの上限額は100万円です。

３）主な規制の内容

ア）履行保証金の供託等

資金移動業者は、滞留資金の全額以上に相当する額の履行保証金を供託等する必要があります。

イ）利用者保護に関する措置

資金移動業者は、銀行等が行う為替取引との誤認防止のための利用者への説明、資金受領時の利用者への受取証書の交付等を行う必要があります。

４）本人確認

10万円を超える現金の受払いを伴う送金や、資金移動サービスを利用するために送金用口座を開設する場合などには、運転免許証等による本人確認が必要となる場合があります。

問い合わせ先

○金融庁総務企画局企画課信用制度参事官室、監督局金融会社室

電話 03-3506-6000（代）

（4）保険業法

保険契約者等の保護を図る観点から、保険会社等の経営の健全性や保険募集の公正を確保するための措置を講じている法律です。近年においては、①保険契約のクーリング・オフ制度、②生命保険会社のセーフティネットについて、所要の措置が講じられました。

①　保険契約のクーリング・オフ制度

保険契約者等の保護の実効性をより高めるため、次の場合において申込みの撤回等ができるよう、関係法令について所要の改正を行いました（2007年６月13日施行）。

１）申込者等が事前の通知なく営業所等で申込みをした場合

従来は、申込者等が保険業者の営業所等で保険契約の申込みをした場合には、申込みの撤回等はできないこととされていましたが、

・申込者等があらかじめ日を通知して保険業者の営業所等を訪問し、

かつ、

・当該通知又は訪問の際に、自己の訪問が保険契約の申込みをするためのものであることを明らかにしたとき

でない限り、撤回等を可能としました。

２）保険契約と一定の関係がある者に保険料振込みを依頼した場合

従来は、保険料等の払込みを口座への振込みにより行った場合には、申込みの撤回等はできないこととされていましたが、保険契約の相手方である保険業者や保険募集を行った保険業者など、その保険契約の申込みについて一定の関係がある者に保険料等の振込みを依頼した場合には、撤回等を可能としました。

②　生命保険会社のセーフティネット

保険会社のセーフティネットは、保険会社が破綻した際に、保険契約者等の保護を図るため、保険契約者保護機構から資金援助等を行うことにより、保険契約を存続させつつ、責任準備金（将来の保険金支払いのための積立て）の原則90％までを補償する制度となっています。

生命保険契約者保護機構の財源については、原則として生命保険会社の負担金の拠出により賄う仕組みとした上で、生命保険会社の拠出のみでは対応が難しい場合に政府の補助を可能とする特例措置が2008年度までの時限措置として設けられていましたが、これを３年間延長し、2012年３月末までの破綻に対応するものとしました（2008年12月16日施行）。

問い合わせ先

○金融庁総務企画局企画課保険企画室

電話 03-3506-6000（代）

（5）金融商品取引法

①　背景

資産運用ニーズが多様化する中、利用者保護の拡充を通じて利用者が安心して投資できる環境を整備するとともに、規制の柔軟化を進めて金融イノベーションを促進し、各ニーズに応じた金融商品・サービスの提供を可能とすることが重要な課題です。

金融商品・サービスに関しては、利用者保護の充実などを図るための法改正が随時行われてきましたが、なお、既存の利用者保護法制の隙間をついた詐欺的な販売事例が見られました。

このような状況を踏まえ、2006年６月、従前の縦割り業法を見直し、幅広い金融商品を対象とした新たな利用者保護ルールを整備する「金融商品取引法制」が成立しました。（2007年９月30日に完全施行しました。）

その具体的な内容は、１）投資性の強い金融商品を幅広く対象とする横断的な利用者保護法制（いわゆる投資サービス法制）の構築、２）開示制度の拡充、３）取引所の自主規制機能の適正な運営の確保、４）不公正取引などへの厳正な対応の４つの柱からなります。ここでは１）について簡単に説明しますが、この他にも様々な改正を行っていますので、金融庁のホームページ（http://www.fsa.go.jp/）や、各財務局・財務事務所において配布しているパンフレット「新しい金融商品取引法制について」などもご参照ください。

②　投資性の強い金融商品を幅広く対象とする横断的な利用者保護法制（いわゆる投資サービス法制）の構築

１）「証券取引法」から「金融商品取引法」へ

2006 年の法整備では、金融先物取引法や投資顧問業法等を廃止するとともに、全 89 法律を改正し、その一部を「証券取引法」に統合しました。これにより証券取引法は、従来よりも幅広い金融商品を対象とする法律となることから、その題名を「金融商品取引法」へと改めました。

２）規制対象商品の拡大・規制対象業務の横断化

金融商品取引法ではいわゆるファンドの持分を包括的に有価証券とみなすなど、規制対象商品である「有価証券」の範囲を拡大しました。

また、規制対象となる「デリバティブ取引」の範囲を、証券取引法の対象となっていた取引に加えて、金融先物取引法の対象となっていた取引（外国為替証拠金取引など）や、従前規制対象となっていなかった新しいデリバティブ取引に拡大しました。

さらに、規制対象業務についても、「証券業」のほか、幅広い業務を「金融商品取引業」として、原則登録制により横断的に規制することとしました。

３）業者が遵守すべき行為規制の整備

金融商品の販売・勧誘を行う際に業者が遵守すべき事項として、広告の規制、書面交付義務、各種禁止行為等を定めました。

４）投資性の強い預金・保険などに関する規制の横断化

銀行法や保険業法などにおいて、投資性の強い預金・保険などの販売・勧誘業務については、「金融商品取引法」と基本的に同等の利用者保護規制が適用されるよう、規定を整備しました。

５）利用者保護のためのその他の制度整備

幅広い金融商品の販売に関する損害賠償請求をしやすくするための法律である金融商品販売法を拡充したほか、金融商品取引業を行う者に関する苦情解決・あっせん業務を行う民間団体からの自発的な申請に基づき、行政が認定を行う「認定投資者保護団体制度」を創設しました。

問い合わせ先

○金融庁総務企画局市場課、企業開示課
電話 03-3506-6000（代）

（6）商品先物取引

商品先物取引は、少額な資金でその何倍もの取引ができるハイリスク・ハイリターンな取引であり、その取引に参加するに当たっては、十分な知識・経験が必要であり、商品先物取引の内容・リスク等を十分に理解することが必要です。

商品先物取引による損益については、投資家（商品先物取引では「委託者」といいます。）に帰属することとなりますので、委託者の責任において、主体的な判断の下、取引を行うことが大前提となります。

また、この取引は商品取引員（商品先物取引を仲介する業者）を介して行いますが、その方法として、(1)商品取引員の外務員（営業員）との対面取引、(2)インターネットによる取引があります。

なお、国内商品市場における商品先物取引については、以下のとおり、「商品取引所法」により、委託者保護のためのルールが設けられています。

①　委託者資産の保全制度

商品先物取引に参加するには、取引の担保である「取引証拠金」を預託する必要がありますが、この「取引証拠金」については、商品取引員を介して、商品先物取引の決済を一元的に行う（株）日本商品清算機構に全額直接預託され、厳重に管理されることとなります（商品取引員が投資家から預かった証拠金をそれ以上の金銭等に差し換えて清算機構に預託する場合もあります）。（取引証拠金制度）

また、この「取引証拠金」以外に商品取引員に預ける資産については、法令上、商品取引員において自身の財産と区別して信託銀行に信託する等の方法によって厳重に保管する義務があります。（分離保管制度）

さらに、商品取引員が万一破綻等した場合に備え、日本商品委託者保護基金において、一般委託者についてのみ1人当たり1,000万円以内でのペイオフを行う制度を整備しています。（一般委託者支払制度）

② 事前の説明・書面交付

委託契約を締結する前に、商品取引員には、商品先物取引の仕組み・リスクを説明するとともに、委託者に対して書面の交付が義務付けられています。具体的な法定交付書面として、委託取引における普通取引約款（定型化された契約条項）である「受託契約準則」や、それを含めて委託者が知っておくべきことを解説した「商品先物取引委託のガイド」などです。

取引を開始する前には、まず、「商品先物取引委託のガイド」を熟読し、理解することが重要です。

③ 商品取引員における禁止行為

委託者保護のために、商品取引員の不当な勧誘等の行為は商品取引所法で禁止されています。具体的には、例えば、次のような行為が禁止されています。

1）不当な勧誘

ア）利益が確実であると誤認させるような断定的判断を提供して勧誘すること、
イ）損失補填の約束又は利益保証、特別利益の提供を約して勧誘すること、
ウ）委託をしない旨の意思表示をした顧客に対してさらに勧誘すること、
エ）迷惑な時間・方法による勧誘を行うこと、
オ）勧誘に先立って、取引員の商号、商品市場における取引の勧誘である旨を告げずに、勧誘すること、
カ）勧誘に先立って、商品市場における取引の勧誘を受ける意思の有無を確認せずに、勧誘すること、
キ）取引単位を告げないで勧誘すること
ク）両建て（同一物品について対当する建玉（売り注文と買い注文））を勧めること等

2）のみ行為

商品取引員が、受けた委託について、取引所における商品市場につながずに、自己がその相手方となって取引を成立させること

3）一任勘定取引

一定の事項（取引の数量、対価の額、上場商品、取引の種類等）について、顧客の指示を受けないで委託を受けること

4）フロントランニング

顧客から相場変動をもたらすような大量の注文を受けた場合に、予想される相場変動を利用して利益を得るため、その委託に係る注文を執行する前に自己のために取引を行うこと

5）返還遅延

預かり金の返還を不当に遅延すること

6）委託者の利益を害する向かい玉

受託玉と対当させた自己取引を行い、委託者の利益を害することとなる取引を行うこと

7）無断売買

委託者の指示を受けないで委託者の取引を執行すること

8）仕切拒否

委託者が建玉を決済しようとするのを拒否すること

9）虚偽の表示

商品市場における取引の委託について、虚偽の表示をし、又は重要な事項について誤解を招く表示をすること

④ 適合性原則等

商品取引員は、顧客に対して誠実かつ公正に業務を遂行するとともに（誠実公正原則）、顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不適当と認められる勧誘を行ってはならない（適合性原則）こととなっています。

（参考）委託者保護ガイドライン

主務省（農林水産省、経済産業省）では、商品取引所法における勧誘行為の規制や適合性原則について（上記③及び④に対応）の解釈指針を示すことにより、商品取引員の受託業務の適正化を通じた委託者の保護を図ることを目的として、「商品先物取引の委託者の保護に関するガイドライン」を制定・実施しています。

⑤ 苦情・相談窓口

委託者保護を目的として、商品取引所法に基づく商品取引員による自主規制組織である「日本商品先物取引協会」（以下、「日商協」といいます。）があります。

日商協では、無料で委託者等からの苦情・相談を行うとともに、商品取引員と顧客の間に生じた紛争について、有料であっせん・調停を行っております。なお、このあっせん・調停手続きのうち、調停案について委託者が受諾した場合は、商品取引員も受諾しなければならない等、委託者に有利な片務的な制度となっています。

また、日商協では、商品取引員の受託や取次ぎの業務に関して自主規制ルールを定め、会員の業務の状況を監視するとともに、法令、自主規制ルールに違反する商品取引員に対して、指導、勧告又は制裁を行います。

⑥ 海外商品市場における先物取引

海外商品市場における先物取引については、悪質業者の行為の規制を目的とした「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」に基づき、顧客への書面の交付の義務付けなどの規制が行われています。

同法は、１）業者に対して、海外先物取引の勧誘時に、顧客に取引内容等を説明する書面を交付すべきことを義務付け、また、契約締結時、顧客からの売買注文時、保証金受領時、海外先物取引成立時の各々の段階においてその内容を明らかにする書面の交付を義務付けているほか、２）違法あるいは不当な勧誘・受託行為の禁止、３）海外商品取引業者は、海外先物契約を締結した日から14日を経過した日以後でなければ顧客の注文を受けてはならない（ただし、顧客が業者事業所において注文を行う場合はこの限りではない）、４）顧客が価格を特定しないで売付け又は買付け

の注文をした場合、業者が真に成立した売買取引の価格について立証しないかぎり、顧客に有利な一定の価格で売買取引が成立したものと推定する、等の規定から成っています。なお、同法の規定の適用を受ける海外商品市場については、政令で指定する方式を採っており、現在（2010年７月末）までに９地域、24商品に係る39市場が指定されています。

（参考）商品取引所法の改正　～トラブルのない商品市場を目指して～

我が国商品先物市場の競争力強化、利用者トラブルの解消等の商品先物取引に係る課題に対応するため、商品取引所法を2009年７月に改正しました。消費者保護の観点からの主な改正項目は以下のとおりです。これらは2011年１月に完全施行される予定となっており、法律名も「商品先物取引法」に改められます。

①　海外先物取引及び店頭先物取引への許可制導入による規制体系の一体化

海外商品市場における先物取引や、顧客と業者が相対で取引を行う店頭先物取引については、現行法では許可制は導入されていませんが、最近これらの取引におけるトラブルが増加しています。このため、これらの取引についても、現行法の国内商品市場における商品先物取引と同様に許可制を導入し規制を強化することとしました。よって、2011年１月以降、委託者等がこれらの取引を行う場合は、国から許可を受けた「商品先物取引業者（現行法の商品取引員の名称から変更）」と取引することになります。

②　不招請勧誘の禁止の導入

不招請勧誘とは、契約締結の勧誘の要請をしていない顧客に対し訪問や電話で勧誘する行為のことです。現行法では禁止行為は規定されていませんが、2011年１月以降は、初期の投資金額以上の損失が発生する可能性のない国内外の取引所における取引を除く、一般個人を相手方とする全ての取引において、不招請勧誘を原則として禁止の対象とする予定です。

問い合わせ先

○農林水産省
総合食料局商品取引監理官
電話 03-3502-5754（商品先物取引）、03-3501-6730（海外先物取引）
及び各地方農政局生産経営流通部食品課
○経済産業省
・商務情報政策局消費者相談室
電話 03-3501-4657
及び各地方経済産業局の消費者相談室
・商務情報政策局商務課
電話 03-3501-1776（商品先物取引、海外先物取引）
○日本商品先物取引協会
電話 03-3664-4731（代表）
電話 03-3664-6243（相談センター）

（7）未公開株取引

未公開株等の取引を利用した詐欺的商法に対する取組状況

近時、未公開株や社債の取引を利用した新たな手口の詐欺的商法による消費者被害の事案が相次いで見られます。

2010年１月、関係省庁（消費者庁、警察庁、金融庁等）等が連携して「新たな手口による詐欺的商法に関する対策チーム」を設置し、消費者被害の発生・拡大の防止のための対策について検討を行い、３月、情報集約から取締までを一貫的かつ迅速に行う体制の構築、関係者の連携・協力による注意喚起・普及啓発などを柱とする対応策を取りまとめました。

これを基にした関係省庁等における取組状況は、以下のとおりです。

①　情報集約・共有体制の強化

○消費者庁及び国民生活センターから、地方公共団体に対し、未公開株等にかかる被害情報について、被害情報を速やかに共有できるよう、消費生活センターにおけるＰＩＯ－ＮＥＴへの早期入力を依頼。
○日本証券業協会から関係省庁等に対し、同協会の未公開株通報専用コールセンターに寄せられた相談情報を定期的に提供。
○これらの情報を国民生活センターにおいて蓄積し、個別事業者の名寄せを実施。名寄せ情報について、消費者庁から定期的に関係省庁（警察庁、金融庁）に提供。

②　業者への対応強化

○国民生活センターから、「商号変更後・会社解散後も旧社名で社債を発行する業者」について、業者名を公表。（2010年３月）
○金融庁において、無登録で金融商品取引業を行う者に対する警告書の発出について、2010年４月から業者名の公表を同庁ホームページにおいて開始。
○警察において、悪質な事業者の捜査を推進し、被疑者を検挙。

③　注意喚起・普及啓発の強化

○消費者庁から、「未公開株・社債の勧誘に関する注意喚起について」を発表し、高齢者等に注意を喚起。（2010年３月）
○金融庁、消費者庁、警察庁の連名で、リーフレットを作成し、地方公共団体、消費者団体、業界団体等に配付。（2010年３月）
○日本証券業協会において消費者庁、警察庁、金融庁との連名により作成したポスターの配付等に協力。（2010年３月）
○高齢者の消費者被害をテーマとする消費者月間の取組において、未公開株等の取引を利用した詐欺的商法を積極的に取り上げ。（2010年５月）

未公開株や社債については、特に高齢者の方を中心にトラブルが発生しており、少しでも不審に思う場合には取引を見合わせるなど、くれぐれも慎重に対処するよう注意が必要です。また、高齢者の方がトラブルに遭われていないかどうかを周囲の方々が見守るなどの配慮も重要です。

［8］消費者信用取引

(1) 消費者信用のしくみ

消費者信用とは消費者に供与された信用のことであり、販売信用と消費者金融からなっており、今や消費生活に不可欠なサービスになっています。

消費者が商品やサービス、金銭等の取引を行う場合、その代金決済は現金によりその場で行われるのが一般的ですが、消費者信用によって、その代金決済より先に商品やサービスの入手や金銭の借入れができるようになります。これは、消費者が「自分自身への信用」を担保として、現金支払いを将来行うよう約束するものです。

消費者信用は、大きく販売信用と消費者金融とに分けられます。(社)日本クレジット協会「日本の消費者信用統計平成22年版」によると、2008年の販売信用供与額合計は506,955億円であり、前年比で6.0%の増加、消費者金融供与額は237,513億円であり、前年度比15.6%の減少となっています（表１、表１－２、表２参照)。

また、クレジットカードについてみると、様々なカード会社から様々な種類のカードが発行されています。(社)日本クレジット協会の調査によると、2009年３月末のクレジットカード発行総数は31,783万枚となっています。

発行枚数の構成比を系列別に見ると、銀行系が40.0%、流通系（百貨店、量販店、流通系クレジット会社の自社カード分）が28.8%、信販系が19.1%、メーカー系（電気メーカー系、自動車メーカー系等）が3.8%、中小小売商団体が1.2%とつづいています。

消費者信用返済負担率(消費者信用供与返済額/家計可処分所得)は、1999年から2008年まで10年間、26%前後で推移しており、2008年には26.0%となっています（表３参照)。

一方、貯蓄率は1999年には10.0%でしたが、2008年には2.3%となり、10年間で４分の１以下に減少しています（表３参照)。

近年、多重債務も問題となっています。詳しくは、「多重債務問題への対応」で述べていますが、行政が事業者に対して適正な与信を行うよう指導するとともに消費者も自己管理をしっかりと行い、適切に消費者信用を利用する必要があります。

問い合わせ先

○金融庁総務企画局企画課信用制度参事官室、監督局金融会社室
電話 03-3506-6000（代）

○経済産業省商務情報政策局取引信用課
電話 03-3501-1511（代）

表１　消費者信用統計総括表

信用供与額総括表（推計）

(単位:億円、%)

取引形態 ＼ 年					信用供与額 平成19年	平成20年	前年比
消費者信用	販売信用	クレジットカードショッピング	割賦方式	割賦販売	2,487	2,334	△ 6.2
				割賦購入あっせん	29,691	30,010	1.1
				割賦方式計	32,178	32,344	0.5
			非割賦方式	非割賦販売	40,468	42,901	6.0
				非割賦購入あっせん	315,155	349,100	10.8
				非割賦方式計	355,623	392,001	10.2
			クレジットカードショッピング計		387,801	424,345	9.4
		個品	割賦方式	割賦販売	8,543	7,260	15.0
				割賦購入あっせん	28,608	27,454	△ 4.0
				ローン提携販売	-	-	-
				提携ローン	24,868	22,397	△ 9.9
				割賦方式計	62,019	57,111	△ 7.9
			非割賦方式	非割賦販売	19,184	16,794	△ 12.5
				非割賦購入あっせん	9,354	8,705	△ 6.9
				非割賦方式計	28,538	25,499	△ 10.6
			個品計		90,557	82,610	△ 8.8
		販売信用計			478,358	506,955	6.0
		割賦方式計			94,197	89,455	△ 5.0
		非割賦方式計			384,161	417,500	8.7
	消費者金融	消費者ローン	販売信用業務を行う信用供与者による消費者ローン	クレジットカードキャッシング	69,521	58,291	△ 16.2
				その他の消費者ローン	20,463	16,837	△ 17.7
				計	89,984	75,128	△ 16.5
			上記以外の消費者ローン	民間金融機関	24,440	24,282	△ 0.6
				消費者金融会社	82,635	58,036	△ 29.8
				計	107,075	82,318	△ 23.1
			消費者ローン計		197,059	157,446	△ 20.1
		定期預金担保貸付			69,013	64,663	△ 6.3
		郵便貯金預金者貸付			14,731	14,731	0.0
		動産担保貸付			689	673	△ 2.3
		消費者金融計			281,492	237,513	△ 15.6
消費者信用合計					759,850	744,468	△ 2.0

(推計) (社) 日本クレジット協会

(出典) (社) 日本クレジット協会「日本の消費者信用統計平成２２年版」

表１－２　消費者信用統計総括表

信用供与残高総括表（推計）

（単位：億円、％）

取引形態					信用供与残高		
				年	平成19年	平成20年	前年比
消費者信用	販売信用	クレジットカードショッピング	割賦方式	割賦販売	998	978	△ 2.0
				割賦購入あっせん	15,600	15,294	△ 2.0
				割賦方式計	16,598	16,272	△ 2.0
			非割賦方式	非割賦販売	3,487	3,588	2.9
				非割賦購入あっせん	33,343	34,654	3.9
				非割賦方式計	36,830	38,242	3.8
			クレジットカードショッピング計		**53,428**	**54,514**	**2.0**
		個品	割賦方式	割賦販売	6,475	5,331	△ 17.7
				割賦購入あっせん	44,822	45,286	1.0
				ローン提携販売	-	-	-
				提携ローン	41,620	40,526	△ 2.6
				割賦方式計	92,917	91,143	△ 1.9
			非割賦方式	非割賦販売	2,210	1,831	△ 17.1
				非割賦購入あっせん	1,701	1,666	△ 2.1
				非割賦方式計	3,911	3,497	△ 10.6
			個品計		**96,828**	**94,640**	**△ 2.3**
		販売信用計			**150,256**	**149,154**	**△ 0.7**
		割賦方式計			**109,515**	**107,415**	**△ 1.9**
		非割賦方式計			**40,741**	**41,739**	**2.4**
	消費者金融	消費者ローン	販売信用業務を行う信用供与者による消費者ローン	ｸﾚｼﾞｯﾄｶｰﾄﾞｷｬｯｼﾝｸﾞ	33,511	30,402	△ 9.3
				その他の消費者ローン	28,693	27,150	△ 5.4
				計	62,204	57,552	△ 7.5
			上記以外の消費者ローン	民間金融機関	151,338	157,144	3.8
				消費者金融会社	80,536	65,354	△ 18.9
				計	231,874	222,498	△ 4.0
		消費者ローン計			**294,078**	**280,050**	**△ 4.8**
		定期預金担保貸付			71,464	66,960	△ 6.3
		郵便貯金預金者貸付			3,244	3,244	0.0
		動産担保貸付			230	224	△ 2.6
		消費者金融計			**369,016**	**350,478**	**△ 5.0**
消費者信用合計					**519,272**	**499,632**	**△ 3.8**

（推計）（社）日本クレジット協会

（出典）（社）日本クレジット協会「日本の消費者信用統計平成２２年版」

表２　新規信用供与額総括時系列列表（推計）

（単位：兆円）

	平成8年	9年	10年	11年	12年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年
販売信用	32.2	33	33	33.3	34.6	35.5	36.3	37.9	40.2	43	45	48	50.7
消費者金融	43.4	43.5	43	39.9	38.9	38.6	36.5	35.1	33.9	33.5	30.4	28.1	23.8
消費者信用	75.6	76.5	76	73.2	73.5	74.1	72.8	73	74.1	76.5	75.4	76.1	74.5

新規信用供与額（推計）の推移

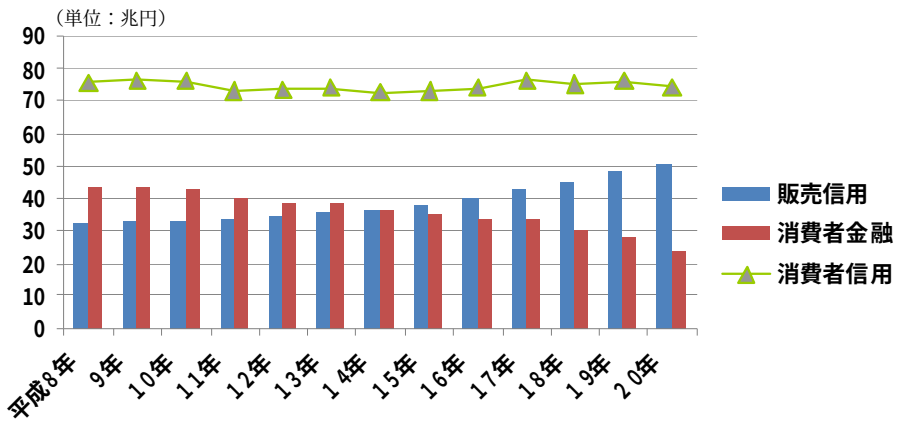
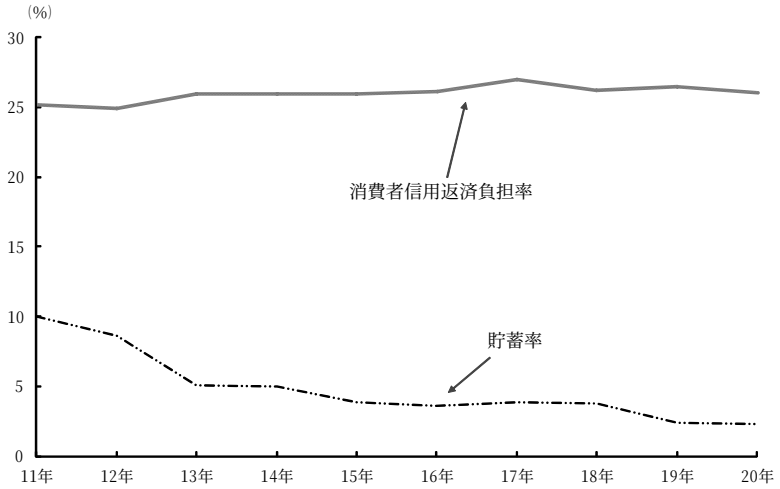


表３　消費者信用返済負担率及び貯蓄率の推移



(出典)　(社) 日本クレジット協会「日本の消費者信用統計平成22年版」

(単位:億円、%)

項目＼年別	11年	12年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年	20年
消費者信用供与額	731,252	735,868	740,963	728,225	730,147	741,417	765,056	753,439	759,850	744,468
消費者信用供与残高	668,243	652,247	635,367	607,750	595,118	582,415	559,394	539,659	519,272	499,632
消費者信用供与返済額	772,832	751,864	757,843	755,842	742,779	754,120	788,077	773,174	780,237	764,108
家計可処分所得	3,063,702	3,008,833	2,914,380	2,909,215	2,863,433	2,887,058	2,912,140	2,944,057	2,941,529	2,935,515
年金基金年金準備金の変動(受取)	27,053	27,699	22,140	12,554	7,446	-1,275	-4,764	-4,403	-8,497	-14,287
貯　蓄　額	310,536	262,736	148,906	145,207	111,734	102,678	112,483	110,811	70,697	66,888
消費者信用返済負担率	25.2	25.0	26.0	26.0	25.9	26.1	27.1	26.3	26.5	26.0
貯　蓄　率	10.0	8.7	5.1	5.0	3.9	3.6	3.9	3.8	2.4	2.3

(資料) 内閣府「国民経済計算年報」
(注)　消費者信用供与返済額＝前年消費者信用供与残高＋本年消費者信用供与額－本年消費者信用供与残高
　　消費者信用返済負担率＝消費者信用供与返済額÷家計可処分所得
　　貯蓄率＝貯蓄額÷(家計可処分所得＋年金基金年金準備金の変動(受取))
(出典)　(社) 日本クレジット協会「日本の消費者信用統計平成22年版」

(2) 販売信用

販売信用とは消費者信用の一つであり、商品やサービスを購入した場合、先に商品やサービスを受け取り、代金の支払いを一定期間繰り延べることができるためのものです。

消費者は日常生活を営む上で、様々な商品を購入したり、飲食、宿泊といったサービスの提供を受けたりしていますが、その場合、商品の購入またはサービスを受けた時点で代金を支払うのではなく、後日一括または分割の方法により支払うことを販売信用といいます。

販売信用の利用にあたっては、予め消費者がクレジットカードの申し込みを行い、商品やサービスを購入する都度クレジットカードを提示し伝票にサインすることで利用できる包括クレジットと、購入の都度契約書を取り交わし消費者の信用審査を行う個別クレジットがあります。

ボーナス一回払いも含め、２ヶ月を超える後払いによる信用取引は主として割賦販売法の適用を受けます。割賦販売法の概要は以下のとおりです。

①　目的

割賦販売等に係る取引を公正にし、購入者等が受けることのある損害の防止及びクレジットカード番号等の適切な管理に必要な措置を講ずることによって、その健全な発展を図るとともに、購入者等の利益を保護し、あわせて商品等の流通及び役務の提供を円滑にし、もって国民経済の発展に寄与する。

②　運用範囲

割賦販売法の運用範囲は、大きく分類して、ア　消費者に与信を行う取引（クレジット取引）とイ　消費者から金銭を預かる取引（冠婚葬祭互助会、友の会等）に分けられます。以下アについて述べます。

③　規定の内容

１）消費者に与信を行う取引（クレジット取引）に関する規定

クレジットの利用に伴う消費者トラブルの防止等の観点から、以下の規定を置いています。

ア）事業者に対する登録、監督規定

イ）取引ルールに関する規定

Ａ．行為規制

(a) 加盟店の勧誘行為調査

訪問販売などを行う加盟店の勧誘行為について､個別クレジット業者には調査義務が課され、その結果不適正な勧誘があれば、クレジット契約を結ぶことが禁止される。

(b) 書面交付義務

(c) 業務の運営に関する措置

(d) 過剰与信防止義務

消費者のクレジットの支払が多くなりすぎて、日々の生活に困ったり、住んでいる自宅を失うようなことがないために、包括及び個別クレジット業者には指定信用情報機関の情報などを利用して「支払可能見込額」を算定することが義務づけられる。消費者は支払可能見込額の範囲内でクレジットを利用することになる。

(e) クレジットカード情報の保護

B．民事ルール

(a) 個別クレジットのクーリング・オフ

特定商取引法によって販売契約等がクーリング・オフできる場合、まず個別クレジット契約をクーリング・オフすれば、販売契約等も同時にクーリング・オフされる。

(b) 過量販売

(c) 不実告知

(d) 支払停止の抗弁権

(e) 契約解除の制限

(f) 損害賠償等の額の制限

問い合わせ先

○経済産業省商務情報政策局取引信用課

電話 03-3501-1511（代）

(3) 消費者金融

販売信用が商品やサービスを対象とした信用の供与であるのに対し、消費者金融は金銭を直接消費者に貸し付けることを対象にした信用の供与です。

消費者金融に対する規制については、深刻さを増している多重債務問題の解決のため、2006年12月に改正貸金業法（「貸金業の規制等に関する法律等の一部を改正する法律」）が成立し、同月20日に公布されました。この改正貸金業法は、これまで、段階的に施行され、2010年６月18日に完全施行されました。

改正貸金業法の主なポイントは以下のとおりです。

① 貸金業の適正化

貸金業者に求められる純資産額を5,000万円以上に引き上げるなど、参入規制の厳格化が図られるとともに、貸金業者に対する行為規制が強化されました。

② 過剰貸付けの抑制

借り手の借入総額が年収の３分の１を超えることになる貸付けを原則禁止する総量規制が導入されました。このため、指定信用情報機関制度が創設され、借り手ごとに、指定信用情報機関において借入総額を把握する仕組みも導入されました。

③ 金利体系の適正化

出資法の上限金利が20%に引き下げられました。さらに、日賦貸金業者及び電話担保金融の金利の特例が廃止されました。

④ ヤミ金融対策の強化

罰則が懲役５年以下から10年以下に強化されました。

⑤ 多重債務問題に対する政府を挙げた取組み

多重債務者対策の円滑かつ効果的な推進を図るため、内閣に多重債務者対策本部が設置され、政府全体で多重債務問題の解決に向け取り組むこととなりました。

また、政府の「貸金業制度に関するプロジェクトチーム」では、改正貸金業法の施行を円滑に実施するため、「借り手の目線に立った10の方策」がとりまとめられました。この中には、「多重債務者に対するカウンセリング・相談の更なる改善・強化」等の施策が盛り込まれています。

さらに、2010年６月22日には、改正貸金業法の完全施行後も、必要に応じ、速やかに適切な対応を検討していくため、同プロジェクトチームに代わり、「改正貸金業法フォローアップチーム」が設置されました。

問い合わせ先

○金融庁総務企画局企画課信用制度参事官室、監督局金融会社室

電話 03-3506-6000(代)

○各財務局及び都道府県貸金業担当課

(4) 個人信用情報機関

個人信用情報機関は会員の求めに応じ、顧客の信用に関する情報を提供しており、３つの系統があります。この３つの系統では相互に情報の交流を行っています。

① 個人信用情報機関について

個人信用情報機関は、クレジット会社、消費者金融業者など、多くの場合物的担保によらず専ら顧客の信用（返済能力）を担保として信用供与を行う事業者を会員とし、信用供与にとって不可欠な顧客の信用に関する情報を収集・蓄積し、会員の求めに応じてそれを(与信の判断の材料として)提供することを業務としています。個人信用情報機関は、このような業務を通じて過剰貸付けの防止、多重債務者の発生の未然防止等を図り、消費者保護と消費者信用市場の健全な発展に資するという役割を果たしています。

個人信用情報機関は、金融機関が会員の中心である「全国銀行個人信用情報センター」、クレジット会社が会員の中心である「(株)シー・アイ・シー」、消費者金融系企業を中心に組織する「(株)日本信用情報機構」の３系統の機関が活動しています。

なお、(株)シー・アイ・シー及び(株)日本信用情報機構については、2010年３月、貸金業法に基づく指定信用情報機関として指定を受けています。

個人信用情報機関に登録される個人情報は、消費者の個人情報保護の観点から、客観的かつ与信判断に必要な最小限の情報に限られており、具体的には次のようなものです。１）個人の属性情報（氏名・生年月日・住所・勤務先等)、２）契約の内容に関する情報（消費者ローンの借入日・借入金額・借入残高・クレジット契約日・クレジット契約金額・支払回数・残高・購入商品等)、３）延滞等の情報（発生年月日、延滞・貸倒れ・代位弁済等といった内容等)、４）公的情報（破産宣告・失踪宣告等の公的記録)、５）手形交換所の第一回目不渡・取引停止処分情報、等。

②　個人信用情報の交流

従来、我が国においては、個別の業態毎に個人信用情報機関が設けられていました。しかし、販売信用と消費者金融の拡大及び過剰与信に伴う多重債務者の発生が顕著になってきたことから、個人信用情報機関の整備・充実の必要性が高まってきました。このような状況のもとで、各業界に設立されている個人信用情報機関の情報をそれぞれの会員が共通に利用して、過剰貸付の防止、多重債務者の発生防止等をより効果的に行うことを目的とし、1987年３月から三者間で情報の交流が行われています。現在は、３か月以上の延滞や自己破産など何らかの事故を起こした場合の情報（ネガティブ情報）に限定されており、会員は所属している個人信用情報機関を経由して他の個人信用情報機関に照会し、個人信用情報の提供を受けることができます。このシステムのことをＣＲＩＮ（クリン：Credit Information Network）と呼んでいます。

なお、貸金業法に基づく指定信用情報機関として指定を受けた(株)シー・アイ・シー及び(株)日本信用情報機構は、上記とは別に同法に定める「個人信用情報」を二者間で交流しています。このシステムのことをＦＩＮＥ（ファイン：Financial Information Network）と呼んでいます。

③　個人情報保護の制度

個人信用情報機関は、個人情報保護法及び関係ガイドライン（金融分野における個人情報保護に関するガイドライン（平成21年金融庁告示第63号)、金融分野における個人情報保護に関するガイドラインの安全管理措置等についての実務指針（平成17年金融庁告示第１号)、経済産業分野のうち信用分野における個人情報保護ガイドライン（平成16年経済産業省告示第436号）等）に従った個人情報の厳格な取扱いが求められています。また、ＣＲＩＮの運営に当たっている全国銀行個人信用情報センター、(株）シー・アイ・シー、(株)日本信用情報機構は、三者協議会の名称の下、個人情報の保護及び適正な業務運営に資することを目的として「情報交流（ＣＲＩＮ）の実施に関する個人情報保護指針」を2005年５月25日に改訂しました。さらに各機関は、個人情報保護関連法制の遵守はもちろんのこと、各業態においても自主的ルールの整備・充実を図っています。例えば、個人信用情報機関の運営規則・内部規定等によれば、個人信用情報機関が消費者の情報を提供するのは、１）個人信用情報機関の会員からの照会、２）情報交流を行っている他の個人信用情報機関からの照会、３）消費者本人からの開示請求の場合に限られており、また、会員は、消費者ローンやクレジット等の信用の供与にあたり、消費者の返済・支払い能力の調査に必要な場合に限って個人情報を利用することができ、目的外の利用は厳しく禁止されています。

消費者が、個人信用情報機関に登録されている自分自身の消費者ローンやクレジット等に関する情報について知りたい場合には、それぞれの個人信用情報機関に登録情報の開示を請求することにより行うことができます。また、自分の情報を確認したところ、登録情報に関して心当たりがないといったような場合には、個人信用情報機関にその旨を申し出ると、個人信用情報機関ではその内容について調査を行い、登録情報が誤りであることが判明した場合には、登録情報の訂正または削除を行うとともに、本人にその旨を連絡しています。

問い合わせ先

○金融庁監督局金融会社室
　電話 03-3506-6000(代)
○経済産業省商務情報政策局取引信用課
　電話 03-3501-1511(代)
○全国銀行個人信用情報センター
　電話 03-3214-5020
○(株)シー・アイ・シー
　電話 03-3348-0601
○（株）日本信用情報機構
　電話 03-5294-7000

（5）多重債務問題への対応

現在、我が国の消費者金融利用者は1,000万人以上、そのうち、返済困難なほどの債務を抱えている「多重債務者」は100万人規模で存在しています（注：日本信用情報機構の統計によれば、５件以上の無担保無保証借入残高がある者は、2010年５月末時点で、109.5万人。)。

①　政府及び関係機関の取組み

2006年12月に成立した改正貸金業法を受け、深刻化する多重債務問題を総合的に解決するため、同月、内閣に、関係閣僚をメンバーとする多重債務者対策本部が設置され、2007年４月には、多重債務問題の解決に向けて政府及び関係機関が取り組むべき施策をまとめた「多重債務問題改善プログラム」が策定されました。現在、このプログラムに沿って、多重債務問題への対応が進められています。

「多重債務問題改善プログラム」においては、
１）丁寧に事情を聞いてアドバイスを行う相談窓口の整備・強化
２）借りられなくなった人に対する顔の見えるセーフティネット貸付けの提供

３）多重債務者発生予防のための金融経済教育の強化
４）ヤミ金の撲滅に向けた取締りの強化
の４つを柱として様々な具体的施策が掲げられており、政府及び関係機関が一体となって、その具体的施策を実行していくこととされています。

例えば、「丁寧に事情を聞いてアドバイスを行う相談窓口の整備・強化」に関しては、全国の都道府県、約９割の市区町村、各地の財務局等に設置された多重債務相談窓口において、年間で14万件を超える相談を受け付けています（2008年度実績）。

また、全国の都道府県と各都道府県の弁護士会・司法書士会が共同で無料相談会を開催する「多重債務者相談強化キャンペーン」という取組みも行っています（2008年度、2009年度とも９月１日から12月31日までの期間に実施）。

さらに、改正貸金業法の完全施行に際しては、「あなたは大丈夫？キャンペーン―貸金業法が大きく変わります！―」を実施しました（2010年５月１日から８月31日まで）。このキャンペーンにおいては、同法の周知のための広報活動や、弁護士会・司法書士会等による無料相談会の開催などを行いました。

②　消費者が注意すべきこと

多重債務に陥らないために、消費者が注意すべきこととしては、まず、安易な借入れを行わないということが重要です。借入れを行う前に、「本当に必要なお金か」、「今すぐ必要なお金か」、「金利はどれくらいか」、「自分の収入で返済していけるか」などを確認しましょう。

万一、返済が困難になった場合も、安易に返済のための借入れをしてはいけません。返済に不安を感じたら、早めに相談し、解決策を立てましょう。全国の都道府県・市区町村、各地の財務局等のほか、弁護士会、司法書士会、法テラスなどでも相談を受け付けています。

相談窓口

○財務(支)局及び沖縄総合事務局の多重債務相談窓口
○消費者ホットライン（お住まいの地域の消費生活相談窓口をご案内します。）
　電話 0570-064-370(ゼロ・ゴー・ナナ・ゼロ　守ろうよ　みんなを)
○日本司法支援センター（法テラス）コールセンター
　電話 0570-078374（おなやみなし）
○日本貸金業協会相談センター
　電話 057-051-051

問い合わせ先

○金融庁総務企画局企画課信用制度参事官室
　電話 03-3506-6000（代）
○消費者庁政策調整課
　電話 03-3507-8800（代）

［9］不動産

１．不動産取引の適正化

（1）住宅の品質確保の促進等に関する法律

住宅に関するトラブルを未然に防ぎ、また万一トラブルに巻き込まれた際も、消費者保護の立場から紛争を速やかに処理できるような市場の条件整備を図る観点から、住宅の品質確保の促進、住宅購入者等の利益の保護及び住宅に係る紛争の迅速かつ適正な解決を図るための住宅性能表示制度（任意）、瑕疵担保責任の特例（義務）を内容とする「住宅の品質確保の促進等に関する法律」が2000年４月１日から施行されました。

①　住宅性能表示制度

国土交通大臣及び内閣総理大臣が住宅の性能（構造の安定、高齢者等への配慮、省エネルギー等）の表示の基準（日本住宅性能表示基準）を、国土交通大臣がその表示のための評価方法の基準（評価方法基準）を定めています。国土交通大臣の登録を受けた者（登録住宅性能評価機関）は、申請により、評価方法基準に従って住宅の性能の評価を行い、特別なマークを付した評価書（住宅性能評価書）を交付することができます。住宅の建設工事の請負契約又は新築住宅の売買契約の際、住宅性能評価書が契約書に添付された場合等においては、請負人又は売主が契約書に反対の意思を表示している場合を除き、住宅性能評価書に表示された性能を有する住宅を引き渡すこと等を契約したものとみなされることになります。

なお、住宅性能表示制度は任意の制度であり、全ての住宅について適用されるものではありません。

建設された住宅に係る住宅性能評価書が交付された住宅について紛争が発生した場合には、国土交通大臣が指定する指定住宅紛争処理機関（全国全ての弁護士会）に紛争処理を申請することができます。

また、住宅紛争処理支援センターとして国土交通大臣の指定を受けた「住まいるダイヤル」（(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター）では、弁護士会における紛争処理業務の支援のほか、消費者からの住宅相談や苦情等を電話で受け付けています（TEL　0570-016-100）。具体的には、
・ひび割れ、雨漏りや床の傾きなどの欠陥や契約に関するトラブルの相談
・リフォームの見積りや契約後のトラブルの相談
・法律や技術などの知見の問い合わせ
など、住宅に関するあらゆる相談に建築士等の資格を有する相談員が対応しています。消費者のみならず、消費者関係機関の相談員や関係行政機関からの問い合わせも受け付けています。

② 瑕疵担保責任の特例

住宅の新築工事の請負契約又は新築住宅の売買契約においては、請負人又は売主は、注文者又は買主に引き渡した時から10年間、住宅の構造耐力上主要な部分又は雨水の浸入を防止する部分について、瑕疵担保責任を負わなければならないことになります。この場合の責任の内容は、修補や損害賠償等となります。

また、前述の契約においては、住宅の全ての瑕疵について瑕疵担保期間を20年まで伸長することができます。

なお、その瑕疵が構造耐力又は雨水の浸入に影響のない場合や、仮設住宅等一時使用のため建設されたことが明らかな住宅については、責任を負う必要がありません。

問い合わせ先

○国土交通省住宅局住宅生産課
電話 03-5253-8111（代）
○住まいるダイヤル
電話 0570-016-100
ホームページ　http://www.chord.or.jp
※住まいるダイヤルは(財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターの愛称です。

（参考）住宅の品質確保の促進等に関する法律の概要

１）新築住宅の契約に関する瑕疵保証制度の充実（第７章関係）

ア）新築住宅の取得契約（請負/売買）において、基本構造部分（柱や梁など住宅の構造耐力上主要な部分、雨水の侵入を防止する部分）について10年間の瑕疵担保責任（修補請求権等）が義務付けられる。（第94条、第95条関係）

イ）新築住宅の取得契約（請負/売買）において、基本構造部分以外も含めた瑕疵担保責任が、特約を結べば20年まで伸長可能になる。（第97条関係）

２）住宅性能表示制度の創設（第２章、第３章関係）

ア）構造の安定、高齢者等への配慮、省エネルギー性などの住宅の性能を表示するための共通ルールを定め、住宅の性能を相互比較しやすくする。（第３条～第４条関係）

イ）住宅の性能評価を客観的に行う第三者機関（登録住宅性能評価機関）を整備し、表示される住宅の性能についての信頼性を確保する。（第７条～第24条）

ウ）登録住宅性能評価機関により交付された住宅性能評価書を添付して住宅の契約を交わした場合などは、その際の内容（住宅性能）が契約内容として保証される。（第５条～第６条関係）

エ）建設住宅性能評価を受けた住宅にかかわるトラブルに対しては、裁判外の紛争処理体制を整備し、万一のトラブルの場合にも紛争処理の円滑化、迅速化を図る。（第66条～第93条関係）

（2）住宅瑕疵担保履行法

新築住宅に瑕疵が発生した場合においても確実な瑕疵担保責任の履行が確保され、消費者が安心して住宅を購入できるよう、新築住宅を引き渡す建設業者及び宅地建物取引業者に対し資力確保措置（住宅瑕疵担保保証金の供託又は住宅瑕疵担保責任保険契約の締結）を義務付ける「特定住宅瑕疵担保責任の履行の確保等に関する法律（住宅瑕疵担保履行法）」が2009年10月１日に施行されました。

① 資力確保措置の義務づけ

2009年10月１日以降に新築住宅を引き渡す建設業許可をもつ建設業者や宅地建物取引業免許をもつ宅地建物取引業者に対し、住宅瑕疵担保責任保険への加入または保証金の供託による資力確保措置を義務づけました。これにより、引き渡された住宅に瑕疵が発生した場合で、建設業者等が倒産等していたときでも消費者は修補に必要な費用が確保されることになりました。

② 住宅瑕疵担保責任保険制度の整備

資力確保措置の一つである住宅瑕疵担保責任保険については、国土交通大臣により指定された住宅瑕疵担保責任保険法人により対応する仕組みとしており、2010年７月１日時点で、以下の６社の住宅瑕疵担保責任保険法人を指定しています。

１）(株)住宅あんしん保証
２）(財)住宅保証機構
３）たてもの(株)
４）(株)日本住宅保証検査機構
５）(株)ハウスジーメン
６）ハウスプラス住宅保証(株)

③ 特別紛争処理体制の整備

住宅瑕疵担保責任保険が付された住宅の売主や請負人とその買主や発注者との間で紛争が生じた場合、消費者保護の観点から住宅専門の紛争処理機関において、適切かつ迅速な紛争処理が受けられることとなりました。具体的には売主等または買主等が「指定住宅紛争処理機関（住宅紛争審査会）」に申請して、「あっせん」「調停」または「仲裁」を受けることができます。

問い合わせ先

○国土交通省住宅局住宅生産課
電話 03-5253-8111（代）

（3）宅地建物取引における媒介契約

宅地建物取引業者に物件の売却（購入）の媒介を依頼する際の契約を媒介契約といいます。この媒介契約における契約関係を明確化し、取引に関するトラブルを防止するため、宅地建物取引業法に媒介契約に関する規定が設けられています。

宅地建物取引業者に物件の売却（購入）の媒介を依頼する場合には、その依頼関係を書面をもって明確なものにしておく必要があります。契約関係が口約束など曖昧なままでは、媒介契約の存否や報酬などについて後日トラブルを生じる原因となり、また、業者の成約に向けての積極的な努力を期待することもできないことにもなります。

そこで、国土交通省では、契約関係を明確化し、取引に関するトラブルを防止するため、媒介契約の標準的なものとして標準媒介契約約款を作成しており、すでに一般に普及しているところです。

宅地建物取引業法は宅地建物の売買における媒介契約について、以下の３種類を規定しています。どの類型を選択するかは宅地建物の売買の依頼者の自由であり、宅地建物業者には依頼者に対して各類型の十分な説明が義務付けられています。

媒介契約の類型

	一般媒介契約	専任媒介契約	専属専任媒介契約
宅地建物取引業者への売買の依頼	複数社可	１社のみ	１社のみ
自己発見取引(注１)	可	可	不 可
宅地建物取引業者による指定流通機構(注２)への登録	依頼者の希望による任意登録	媒介契約締結後７日以内の登録を義務付け	媒介契約締結後５日以内の登録を義務付け
宅地建物取引業者による依頼者への状況報告	―	２週間に１回以上の報告を義務付け	１週間に１回以上の報告を義務付け

（注１）自己発見取引とは、宅地建物の売買の依頼者自身が売買取引相手を探すこと
（注２）指定流通機構とは、宅地建物取引業者が物件情報を登録し、業者間で情報交換を行う仕組み。取引の相手方を広く探索でき、迅速、透明な不動産取引が可能となる。

上記のとおり、（専属）専任媒介契約の場合、依頼を受けた業者は依頼者の物件情報を指定流通機構へ登録することなどが義務付けられています。媒介契約制度及び指定流通機構制度の充実が図られることにより、より多くの物件情報が業者間で共有化されることによるサービスの向上が図られるほか、適正な価格形成及び市況データ等の提供による健全な不動産流通市場の形成等が期待されています。

問い合わせ先

○国土交通省総合政策局不動産業課
電話 03-5253-8111（代）

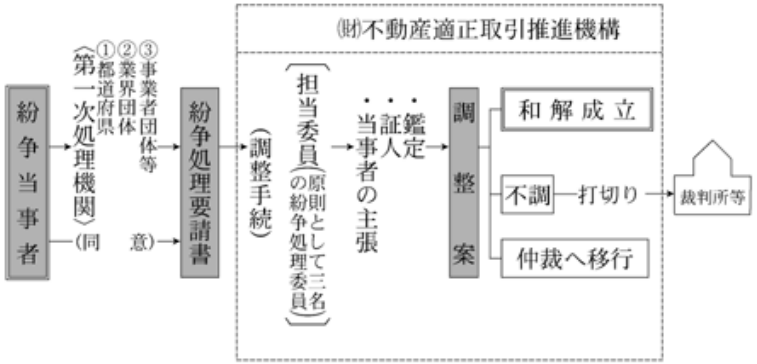
（4）(財)不動産適正取引推進機構

(財)不動産適正取引推進機構は不動産取引をめぐる紛争を未然に防止し、紛争の適正かつ迅速な処理を推進して、消費者の保護と宅地建物取引業の健全な発展に寄与しています。

不動産は国民の貴重な財産であり、生活の基盤です。それだけに、その取引をめぐる紛争は後を絶ちません。

現在、宅地建物取引に関する苦情の処理には、都道府県、業界団体、消費者団体等の相談窓口が行っていますがこれらの相談窓口だけでは解決のつかないものもあります。このため、各処理機関への助言支援機能及び自ら紛争を処理する機能を持つ機関として(財)不動産適正取引推進機構が設置されています。この機構では、①特定紛争処理：先例的価値のある代表的案件の処理、紛争処理委員（学者、弁護士、建築士等）３名による調整又は仲裁（下図参照）、②調査研究:紛争事例、判例、契約書、紛争処理基準等の調査研究を行い成果物を刊行、③助言支援:都道府県、業界団体、消費者団体等の相談・照会に対する助言・回答、④研修講演:都道府県担当者等の研修、講演会の開催、業界団体等の研修会に講師を派遣、⑤広報出版、⑥宅地建物取引主任者資格試験の実施等の事業を行っています。

紛争処理手続の流れ



問い合わせ先

○国土交通省総合政策局不動産業課
不動産流通適正化推進室
電話 03-5253-8111（代）
○(財)不動産適正取引推進機構
電話 03-3435-8111

（5）不動産特定共同事業

不動産特定共同事業とは、投資家が事業者の行う不動産取引（売買、賃貸借等）のために出資を行い、事業者が当該不動産取引から生じた利益を投資家に分配する 事業等のことです。投資家にとっては、許可を受けた事業者との健全な取引を通じて投資の多様化が図られる一方、事業者にとっては、新たな事業資金調達手段の拡大につながることになります。

不動産特定共同事業は、土地の有効利用、良好な都市開発の促進に資するなど社会的意義の大きい事業ですが、一方で、過去において適正な情報が開示されず収益性の

低い不動産について契約が締結されたり、事業者の倒産により投資した資金を回収できないといった投資家被害が数多く発生しました。そこで、一般投資家が安心して事業に参加できるよう必要最小限のルールを整備するため、1995年から「不動産特定共同事業法」が施行されています。

この法律には、主に以下のことが定められています。

① 事業者が不動産特定共同事業を営もうとするときは行政庁の許可が必要（許可の要件は、資本金が一定額以上であること、事業を公正かつ的確に遂行できる組織構成であること、適正な約款を用いることなど）

② 勧誘・広告の規制（勧誘に当たって重要な事項について故意に事実を告げなかったり、不実のことを告げたりしてはならないなど）

③ 情報の開示（重要事項については、契約成立前及び契約成立時に書面を交付して説明すること、事業に参加する投資家（この法律では「事業参加者」）に定期的に財産管理状況を報告することなど）

④ クーリング・オフ（事業参加者が契約成立時の重要事項を記載した書面を受領した日から９日間は契約の解除をすることができるなど）

問い合わせ先

○金融庁総務企画局企画課信託法令準備室、監督局総務課金融会社室
電話 03-3506-6000（代）

○国土交通省総合政策局不動産業課不動産投資市場整備室
電話 03-5253-8111（代）

（6）賃貸住宅標準契約書

民間賃貸住宅における賃貸借契約をめぐるトラブルを防止するため「賃貸住宅標準契約書」が定められています。

民間賃貸住宅においては、貸主と借主との間で賃貸借契約をめぐる紛争が少なからず起こっています。この紛争が発生する大きな原因の一つとして、現在使用されている契約書の中に、住宅の賃貸借契約書として規定しておくべき事項が規定されていないものや、規定された内容が法令や判例を踏まえていないものなどがあることを挙げることができます。

こうした住宅の賃貸借契約をめぐるトラブルを防止するため、国土交通省では、内容が明確、十分かつ合理的な賃貸借契約書の雛形（モデル）を作成し、その普及に努めています。

「賃貸住宅標準契約書」の主なポイントは以下のとおりです。

① 頭書において物件の状況、契約期間、賃料等を一覧できるようにした。

② 賃料の改定事由を具体的に明らかにし、賃料の改定は当事者間の協議によることとした。（第４条）

③ 共益費、敷金の性質を明らかにし、敷金については借主の債務を差し引いて返還する場合は、差引額の明細を示すこととした。（第５条、第６条）

④ 借主が禁止・制限される行為の範囲を具体的に明らかにした。（第７条）

⑤ 貸主には賃貸住宅の使用のために必要な修繕をなす義務があることを明らかにする一方、賃借人の修繕義務は、賃借人の故意・過失の場合にのみ生じること、明け渡し時の原状回復義務は、通常の使用に伴う損耗については生じないことを規定した。（第８条、第11条）

⑥ 貸主からの契約解除事由を具体的に明らかにし、解除手続きを定めた。（第９条）

⑦ 貸主は、原則として、借主の承諾を得なければ賃貸物件に立ち入れないことを明確に規定した。（第12条）

なお、高齢者の居住の安定確保に関する法律に基づく終身建物賃貸借制度を利用する際の賃貸借契約については、「終身建物賃貸借標準契約書」を作成・公表するとともに、この契約書が活用されるよう地方公共団体、不動産等関係団体などに周知を要請するなど、普及に努めています。

問い合わせ先

○国土交通省住宅局住宅総合整備課
電話 03-5253-8111（代）

（7）定期賃貸住宅標準契約書

「良質な賃貸住宅等の供給の促進に関する特別措置法」（2000年３月１日施行）は、借地借家法の改正をその主な内容とし、これにより定期借家制度が設けられました。

定期借家制度に基づく定期賃貸住宅契約は、契約期間の満了により、更新されることなく確定的に契約が終了するなど、従来型の賃貸住宅契約とは大きく異なるものであることから、国土交通省では、貸主・借主間の紛争を未然に防止し、健全で合理的な賃貸借関係を確立することにより、借家人の居住の安定と賃貸住宅の経営の安定を図るため、民間賃貸住宅の賃貸借に係る諸法令、判例などを踏まえた、内容が明確、十分かつ合理的な契約書の雛形（モデル）を作成し、その普及に努めています。

「定期賃貸住宅標準契約書」の主なポイントは以下のとおりです。

① 契約書に契約が「期間の満了により終了し、更新しない」旨を明記し、定期借家契約であることを規定した。（第２条）

② 再契約できることを明記し、再契約した場合の契約関係を整理した。（原状回復債務の内容、敷金の精算等）。（第２条、第14条）

③ 賃料改定について、公租公課の増減等に応じた協議による改定を規定した。〔あわせて「借賃改定に係る特約」（契約期間中は賃料改定しない方式、一定の算定式により改定する方式）も選択できるよう規定〕（第４条）

④ 賃借人からの中途解約権（１月前の解約の申入れによる解約）を規定した。〔あわせて借地借家法第38条第５項に規定する解約事由に限定することも選択できるよう規定〕（第10条）

⑤ 礼金等の一時金（敷金を除く）は契約書上規定しないこととした。

⑥ 連帯保証人の債務の範囲の明確化等の規定を置いた。（第13条）

⑦ その他、定期賃貸住宅契約についての事前説明書等の雛形を作成した。

問い合わせ先

○国土交通省住宅局住宅総合整備課
電話 03-5253-8111（代）

(8) 原状回復をめぐるトラブルとガイドライン

民間賃貸住宅における賃貸借契約は、いわゆる契約自由の原則により、貸す側と借りる側の双方の合意に基づいて行われるものですが、退去時において、貸した側と借りた側のどちらの負担で原状回復を行うことが妥当なのかについてトラブルが発生することがあります。

原状回復の問題は退去時の問題と捉えられがちですが、トラブルの未然防止のため、これを入居時の問題として捉えることを念頭におき、賃貸住宅標準契約書の考え方、裁判例及び取引の実務等を考慮のうえ、原状回復の費用負担のあり方について、現時点で妥当と考えられる一般的な基準を示すとともに、入退去時の物件の確認等のあり方、契約締結時の契約条件の開示を具体的に示しました。

○ガイドラインのポイント

① 原状回復とは

原状回復を「賃借人の居住、使用により発生した建物価値の減少のうち、賃借人の故意・過失、善管注意義務違反、その他通常の使用を超えるような使用による損耗・毀損を復旧すること」と定義し、その費用は賃借人負担としました。そして、いわゆる経年変化、通常の使用による損耗等の修繕費用は賃料に含まれるものとしました。

② 「通常の使用」とは

「通常の使用」の一般的定義は困難であるため、具体的な事例を次のように区分して、賃貸人と賃借人の負担の考え方を明確にしました。

Ａ　：賃借人が通常の住まい方、使い方をしていても、発生
Ｂ　：賃借人の住まい方、使い方次第で発生したり、しなかったりすると考えられるもの（明らかに通常の使用等による結果とは言えないもの）
Ａ(＋Ｂ)：基本的にはＡであるが、その後の手入れ等賃借人の管理が悪く、損耗等が発生または拡大したと考えられるもの
Ａ(＋Ｇ)：基本的にはＡであるが、建物価値を増大させる要素が含まれているもの

このうち、Ｂ及びＡ(＋Ｂ)については賃借人に原状回復義務があるとしました。

③ 経過年数の考慮

前記ＢやＡ(＋Ｂ)の場合であっても、経年変化や通常損耗が含まれており、賃借人はその分を賃料として支払っていますので、賃借人が修繕費用の全てを負担することとなると、契約当事者間の費用配分の合理性を欠くなどの問題があるため、賃借人の負担については、建物や設備の経過年数を考慮し、年数が多いほど負担割合を減少させるのが適当です。

④ 施工単位

原状回復は毀損部分の復旧ですから、可能な限り毀損部分に限定し、その補修工事は出来るだけ最低限度の施工単位を基本としていますが、毀損部分と補修を要する部分とにギャップ（色あわせ、模様あわせなどが必要なとき）がある場合の取扱いについて、一定の判断を示しています。

問い合わせ先

○国土交通省住宅局住宅総合整備課
電話 03-5253-8111（代）

(9) リフォーム対策

住宅のリフォーム工事については、従来から「経験のない工事業者がリフォーム工事を請け負って、ずさんな工事をされた。」「本来必要のない工事が必要と言われて高額な工事費用が請求された。」「 サービス工事と聞いていたが、後で費用を請求された。」といったトラブルが多発しています。

こうした声を踏まえ、消費者が安心してリフォームできる市場環境の構築を図るため、国土交通省はリフォーム市場の消費者保護のための新たな取組を開始しました。

① リフォーム瑕疵(かし)保険制度

リフォーム工事に欠陥が見つかった場合に、国土交通大臣が指定した保険法人（(2)②参照)から修理費用を賄うための保険金が支払われるリフォーム瑕疵(かし)保険制度が創設されました。

この保険は、リフォーム事業者が加入する任意の保険ですが、

・リフォーム工事施工中に専門家による現場検査を実施
保険に加入するためには、工事ごとに第三者である保険法人の現場検査員（建築士資格保有者）による現場検査を受けることが義務づけられています。
・リフォーム事業者登録制度
保険を利用する事業者は、あらかじめ保険法人へリフォーム事業者登録することが必要となります。保険法人はホームページ等を通じて登録事業者を公開しています。これにより消費者は、リフォーム保険を利用する消費者保護の意識の高い事業者を選別することができます。
・リフォーム工事に欠陥が見つかった場合の確実な保険金支払いを確保
事業者が倒産等している場合であっても、消費者から保険法人へ直接保険金を請求することにより修補費用を確保することができます。

といった特長によって、ずさんな工事による消費者被害の防止を図るものです。

② リフォーム見積相談制度

悪質な過剰請求、工事途中の追加請求、過大な工事による過大請求を消費者が事前に回避できるようにするため、住宅の相談窓口として国土交通大臣の指定を受け

た「住まいるダイヤル」（TEL 0570-016-100）において、事業者から提示された見積書について以下のような相談を無料で実施しています。

・見積の項目・形式についての相談
　不明瞭な項目がないか、二重計上や不要な項目がないか
・見積金額についての相談
　見積書の金額が一般的な相場と比べて特に高額な請求ではないか
・工事内容や追加費用についての相談
　見積や図面に記載のある工事内容が希望とあっているか、追加工事の費用負担について合意があるか

③　リフォーム無料専門家相談制度

リフォーム工事を実施し実際に事業者との間でトラブルになった場合など専門家の支援が必要な消費者は、最寄りの弁護士会で弁護士や建築士との対面相談を無料で利用することが出来ます。相談の申し込みなどの詳細は「住まいるダイヤル」でご案内しています。

問い合わせ先

○国土交通省住宅局住宅生産課
　電話 03-5253-8111（代）
○住まいるダイヤル
　電話 0570-016-100
　ホームページ　http://www.chord.or.jp
　※住まいるダイヤルは（財）住宅リフォーム・紛争処理支援センターの愛称です。

（10）マンション管理

マンションは、ここ数年は年間約20万戸が新規供給され、2009年末現在で約562万戸のマンションストックに、国民の約１割にあたる約1400万人が居住していると推計されており、重要な居住形態となっています。

こうした中、マンションの適切な管理は、マンションの区分所有者等だけでなく、社会的にも要請されているところですが、一方で、一棟の建物を区分して所有するため、権利関係が複雑であること等、マンション特有の問題が存在することから、居住者間の共同居住ルールの確立や、マンション管理の適正化の推進のための制度の整備を行っています。

①　マンション標準管理規約

多くの住民が一棟の建物を区分して所有しているマンションにおいて、住民が長い間に渡り快適な生活を送るためには、住民の間でマンションの維持、管理や生活の基本的ルール（管理規約）を定める必要があります。国土交通省は、管理組合が、各マンションの実態に応じて、管理規約を制定変更する際の参考として「マンション標準管理規約」を定め、その周知を図っています。1997年２月の前回改正以降のマンション管理に係る法制度の充実、マンションを取り巻く情勢変化を踏まえ2004年１月に改正しました。

②　マンション標準管理委託契約書

管理組合がマンション管理業者との間で、管理委託契約を締結するに際して、具体のマンションの状況に応じ、適宜修正して活用する標準形である「マンション標準管理委託契約書」を定めています。

③　マンション履歴システム（マンションみらいネット）

区分所有者が、修繕の履歴情報等の管理情報からマンションの管理状況を把握することで適正な管理を一層推進するとともに、購入予定者が管理状況を考慮してマンションを購入できる環境を整備するため、マンションの管理情報を登録・閲覧することのできるマンション履歴システム（マンションみらいネット）を2005年11月から開始しました。

○マンションみらいネットホームページアドレス http://www.mirainet.org/

④　マンション管理標準指針

適正なマンション管理のために管理組合に求められる広範多岐にわたる基本事項について、初めて標準的な対応を全般的かつ具体的に示した「マンション管理標準指針」を2005年12月に策定しました。

⑤　マンション管理の適正化の推進に関する法律

2000年12月８日には、マンション管理士制度の創設、マンション管理業者の登録制度等、マンション管理の適正化を推進するための措置を講ずることで、マンションにおける良好な居住環境の確保を図ることを目的とした「マンションの管理の適正化の推進に関する法律」が公布され、2001年８月１日から施行されました。

１）マンション管理士

マンション管理士は、管理組合の運営やその他のマンションの管理に関し、管理組合の理事長またはマンション区分所有者等の相談に応じ、助言・指導等を行います。

２）マンション管理業者登録簿

管理組合からマンションの管理を委託されているマンション管理業者については、国土交通省の「マンション管理業者登録簿」への登録が義務付けられ、登録業者に係る登録関係書類は国土交通省各地方整備局、北海道開発局及び内閣府沖縄総合事務局の窓口で誰でも閲覧することができます。

３）マンション管理業者の業務に関する相談

マンション管理業者の業務の改善向上を図ることを目的とするマンション管理業者の団体として、（社）高層住宅管理業協会が指定されており、マンション管理業者の業務に関する苦情の解決のための相談や業務を行っています。

４）マンション管理に関する相談

管理組合の運営、管理規約の内容、修繕計画等マンションの管理に関する相談や助言等を行う「マンション管理適正化推進センター」として、(財）マンション管理センターが指定されています。

問い合わせ先

○国土交通省住宅局市街地建築課マンション政策室
国土交通省総合政策局不動産業課
電話 03-5253-8111（代）
○各地方整備局、北海道開発局及び沖縄総合事務局のマンション管理業担当課
○(財)マンション管理センター
電話 03-3222-1516
ホームページ　http://www.mankan.or.jp
○(社)高層住宅管理業協会
電話 03-3500-2721
ホームページ　http://www.kanrikyo.or.jp

（11）定期借家制度

1999年12月９日に成立し、2000年３月１日に施行された「良質な賃貸住宅等の供給の促進に関する特別措置法」は、借地借家法の改正をその主な内容とし、これにより定期借家制度が設けられました。

定期借家制度とは、定められた契約期間の満了により更新されることなく借家関係が終了（再契約は可能）する借家契約のことです。なお、定期借地制度については、1992年に導入されていましたが、2007年末の借地借家法の改正（2008年1月1日施行）により、事業用定期借地権を設定する場合の存続期間の上限が「20年以下」から「50年未満」に引き上げられました。定期借家契約（借地借家法第38条）及び普通定期借地契約（同法第22条)では公正証書等の書面により、事業用定期借地契約（同法第23条）では公正証書のみにより、契約を締結することが義務付けられています。

○定期借家制度のポイント（旧制度との相違点）

これまでの借地借家法では、「転勤、療養、親族の介護その他のやむを得ない事情」（旧第38条）によって生じる不在期間に限定して、契約期間の満了により契約を確定的に終了させることができるとしていました。しかしながら、良質な借家の供給を促進するという観点から、正当事由がなくても期間の満了により 確定的に借家契約が終了する「定期借家権」を導入すべきであるとの主張がされるようになり、不動産の賃貸による運用収益の予測可能性を高めることにより不動産の流動化・証券化を促進するための基盤を整備するという観点からも、同様に定期借家制度の導入を主張する意見が出されるようになりました。このため、1997年９月より定期借家制度の導入に関する検討が本格的に行われ、1999年末の借地借家法の改正に至り、一般的な定期借家制度が導入されました。この制度の創設により、賃貸人が借家契約の更新拒絶の通知または解約申入れをした場合においても「正当事由」がないかぎり契約は終了しないこととする制度に例外が認められたわけです。

定期借家制度においては、契約を締結するに際して、①賃貸人はあらかじめ賃借人に対し、定期借家契約である旨を記載した書面を交付して説明すること、②期間１年以上の定期借家契約において賃借人に対する期間満了の１年前から６か月前までの間に契約終了の通知を義務付けていること、③通知期間に関する特約のうち賃借人に不利な特約は無効とする、など一定の賃借人保護の充実が図られています。

なお、従来の「正当事由」を必要とする借家契約制度も引き続き残っています。

○「良質な賃貸住宅等の供給の促進に関する特別措置法」の概要

第１条　　目的規定
第２条～第４条　「良質な賃貸住宅等の供給の促進」「住宅困窮者のための良質な公共賃貸住宅の供給の促進」「賃貸住宅等に関する情報の提供、相談等の体制の整備」に関する国・地方公共団体の努力規定
第５条　　借地借家法の一部改正（定期借家制度の導入：(1) 賃貸人の事前の書面交付による説明義務、(2) 説明義務違反があった場合の更新がない旨の特約の無効、(3) 期間1年以上の定期借家契約における賃貸人から賃借人への終了通知義務に関する規定、(4) 賃借人の中途解約権創設に関する規定、(5)（3)、(4）に関する賃借人に不利な特約を無効とする規定、(6) 借賃増減に関する特約に関する規定の定め）

問い合わせ先

○法務省民事局参事官室
電話 03-3580-4111（代）
○国土交通省住宅局住宅総合整備課
電話 03-5253-8111（代）

（12）建設工事紛争審査会

建設工事の請負契約をめぐるトラブルの解決を図るための裁判外紛争処理機関として建設工事紛争審査会があります。

例えば、新築の家なのに雨漏りし、業者に修理を依頼したが、業者が修理に応じない、契約の内容と違う家が完成した、あるいは、工事の途中で解約を申し入れたが、精算金の額について折り合いがつかないなどといった注文主と建設業者の間の請負契約をめぐる紛争の解決を図るには、建設工事に関する技術などの専門的知識が必要になることが少なくありません。そのため、専門の紛争処理機関として、国土交通省及び各都道府県に建設工事紛争審査会が置かれています。

建設工事紛争審査会は、建設工事の請負契約に関する紛争を公正、中立に解決することを目的として、建設業法の規定に基づいて設置された裁判外紛争処理機関です。

申請をされる方は、事件の内容、解決の難しさ等を勘案して、「あっせん」、「調停」、

「仲裁」のいずれかの手続きを選択し、担当委員（弁護士、建築士等）が双方の主張を聴き、提出された証拠等を基に紛争の解決を図ります。（2009年度:申請件数200件、取扱件数325件）

なお、建設工事紛争審査会は、建設業者の許可の種類により、次のように審査会の管轄が分かれています。

〇審査会の管轄

①　中央審査会

1）当事者の一方又は双方が国土交通大臣の許可を受けた建設業者である場合

2）当事者の双方が建設業者で、許可をした都道府県知事が異なる場合

②　都道府県審査会

1）当事者の一方のみが建設業者で、当該都道府県の知事の許可を受けたものである場合

2）当事者の双方が当該都道府県知事の許可を受けた建設業者である場合

3）以上のほか、当事者の双方が許可を受けた建設業者でなく、その紛争に係る建設工事の現場が当該都道府県の区域内にある場合

③　管轄合意

上記①、②にかかわらず、当事者双方の合意により、いずれの審査会にも紛争処理を申請することができます。

問い合わせ先

〇中央建設工事紛争審査会

国土交通省中央建設工事紛争審査会事務局

電話 03-5253-8111（代）

ホームページ　http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/1_6_bt_000172.html

〇各都道府県建設工事紛争審査会

各都道府県建設工事紛争審査会事務局

2．広告その他の表示の適正化等

（1）住宅性能表示制度

「住宅の品質確保の促進等に関する法律」116ページをご参照下さい。

（2）建物部品の防犯性能

①　指定建物錠の防犯性能表示制度

消費者が建物錠を購入する際に、防犯性能の観点からの選択が可能となるよう、「特殊開錠用具の所持の禁止等に関する法律」に基づき、2004年４月から、建物錠の製造・輸入業者が指定建物錠の防犯性能に関して表示すべき事項やその表示の方法等を定めた指定建物錠の防犯性能表示制度の運用が開始されました。

1）制度の概要

空き巣等の建物に侵入して行われる犯罪の防止を図るためには、ピッキング用具や一定の工具の不法所持・携帯の取締りと併せて、防犯性能の高い建物錠の開発・普及を促進することが必要かつ効果的です。そこで、特殊開錠用具の所持の禁止等に関する法律においては、指定建物錠の防犯性能の表示に関して統一的なルールが定められています。これにより、指定建物錠について市場原理が有効に機能し、防犯性能の高い指定建物錠の開発・普及が促進されることが期待されています。

指定建物錠とは、住宅の玄関や建物の出入口の戸に使用される錠（その部品を含む。）のうち、防犯性能の向上を図ることが特に必要なものとして政令で定めるものをいいます。現在、シリンダー錠、シリンダー及びサムターンの３種類がこれに該当します。

2）表示の内容・方法

空き巣等の犯人は、「ピッキング」、「サムターン回し」等の手口で建物に侵入しており、その被害を防ぐためには、「耐ピッキング性能」、「耐サムターン回し性能」等の防犯性能の高い建物錠を使用することが必要です。

指定建物錠には、その製造・輸入業者によって、「耐ピッキング性能５分以上」、「耐サムターン回し性能あり」などの防犯性能の表示が行われています。この表示は、指定建物錠への紙片の貼付又はその容器、包装、取扱説明書等への記載などにより、指定建物錠の最終消費者等が確実に知ることができる方法で行わなければならないこととされています。

〇表示の内容

	シリンダー錠	シリンダー	サムターン
耐ピッキング性能　　5分未満　/ 5分以上 / １０分以上	〇	〇	
耐かぎ穴壊し性能　　5分未満　/ 5分以上 / １０分以上	〇	〇	
耐サムターン回し性能　なし（5分未満）/ あり（5分以上）	〇		〇
耐カム送り解錠性能　　なし（5分未満）/ あり（5分以上）	〇		
耐こじ破り性能　　なし（5分未満）/ あり（5分以上）	〇		
出荷するかぎの本数　　何本	〇	〇	

〇印は、表示すべき項目を示す。

平成15年法律第65号 第7条　指定建物錠の防犯性能の表示			
品　　番	○○－△△		
事　　項	← 低	性　　能	高 →
耐ピッキング性能	5分未満	5分以上	(10分以上)
耐かぎ穴壊し性能	5分未満	(5分以上)	10分以上
耐サムターン回し性能	(なし)	－	あり
耐カム送り解錠性能	(なし)	－	あり
耐こじ破り性能	なし	－	(あり)
出荷時かぎ本数	3本		
(指定建物錠の防犯性能表示の例：シリンダー錠)			

問い合わせ先

○警察庁生活安全局生活安全企画課
電話 03-3581-0141（代）

②　防犯性能の高い建物部品（防犯建物部品）の表示について

国民に多大な不安を与えている空き巣等の侵入手段の巧妙化に対処するためには、建物錠、ドア、窓、シャッター等の建物部品の防犯性能を高めることが重要です。2002年11月、警察庁、国土交通省及び経済産業省は、建物部品関連の民間団体とともに、「防犯性能の高い建物部品の開発・普及に関する官民合同会議」（以下「官民合同会議」という。）を開催し、2004年４月には、建物部品の防犯性能試験の結果に基づき、侵入までに５分以上の時間を要するなど一定の防犯性能があると評価した建物部品（防犯建物部品）を登載した「防犯性能の高い建物部品目録」（以下「目録」という。）を公表しました。2010年５月末現在で、17種類約4,000品目の防犯建物部品が目録に登載されています。

１）防犯建物部品の共通標章（ＣＰマーク）

2004 年５月、官民合同会議では、防犯建物部品の普及を促進するため、防犯建物部品に共通して使用することができる共通標章（ＣＰマーク）を制定しました。ＣＰマークは、「防犯＝Crime Prevention」の頭文字「Ｃ」と「Ｐ」を図案化したものです。

２）共通標章の使用

建物部品のパンフレットその他の広報資料等において、共通標章を使用し、防犯性能の高い建物部品の普及を促進します。

目録登載の建物部品については、当該製品が防犯建物部品であることを示すために、当該製品の製造・輸入業者において、共通標章を製品に貼付したり、カタログ等に表示することができます。

３）注意事項

本目録に登載されている製品は、官民合同会議の試験の結果、現在広く見られる空き巣等の手口に対して５分以上その侵入を阻止する能力を示したものですが、このことは、あらゆる状況における侵入者の攻撃に対し５分以上抵抗することを意味するものではありません。例えば、建物の置かれている環境により侵入者の攻撃内容が変わることがあり、その他、侵入者が用いる工具の大きさや道具の性能、侵入者の熟練度や体力、人数などの要因により抵抗時間が５分に満たない場合があります。

官民合同会議における公式の試験時間は、一部を除いて５分間としており、目録登載製品は一定の防犯性能を有していますが、このことは、すべての防犯性能が同一であることを意味するものではなく、侵入者の攻撃に対する抵抗時間が、同じカテゴリー（種類）の中にも、５分を若干上回る程度のものから５分を大きく超える性能を有するものまで存在する可能性があります。

目録に登載された製品を使用したとしても、その施工や使用が適切に行われていなければ、個々の製品の性能が十分発揮されない場合があります。各製品の内容や施行方法については、目録の「連絡先」に示す各製造団体にお問い合わせ下さい。

問い合わせ先

○警察庁生活安全局生活安全企画課
電話 03-3581-0141（代）
○国土交通省住宅局住宅生産課
電話 03-5253-8111（代）
○経済産業省製造産業局住宅産業窯業建材課
電話 03-3501-9255
(参考)防犯性能の高い建物部品目録
(財)全国防犯協会連合会ホームページ内　（http://www.cp-bohan.jp/）

[10] インターネット等取引

(1) ＩＴ安心会議

インターネットの普及に伴う違法・有害情報の入手の容易化等が、犯罪や財産権侵害、人権侵害等のＩＴに関連する新たな社会問題の発生を助長していると見られます。

内閣官房では、国内外のインターネット上の違法・有害情報やＩＴに関連する様々な社会問題の実態把握や対処方法、国民への周知等について、関係省庁の緊密な連絡・連携を図るため、「ＩＴ安心会議」（正式名称：インターネット上における違法・有害情報等に関する関係省庁局長会議及び連絡会議）を設けております。

当会議では、インターネット上の違法・有害情報に起因する被害児童等を大幅に縮小するべく、①プロバイダ等による自主規制の支援等、②情報モラル教育の充実、③相談窓口等の充実、④フィルタリング導入の促進、の４方策を強化等する「インターネット上の違法･有害情報に関する集中対策」を2007年10月15日にとりまとめました。

また、その後のフィルタリングの利用・認知度等を踏まえた上で、さらなる導入促進に際して必要な取組みをまとめ、①事業者における取組の推進、②保護者等への啓発活動の強化等を強化するべく「携帯電話等における更なるフィルタリングの導入促進」を2008年７月１日にとりまとめました。

さらに、2008年10月からは、「違法・有害情報対策官民実務家ラウンドテーブル」を設置し、官民横断的な実務家間での迅速かつ正確な情報共有を実現することにより、各業界における自主的な取組みを推進しているところです。

以上のように、内閣官房では、違法･有害情報等に関する情報とその対策を収集し、随時、本ホームページ（URL: http://www.it-anshin.go.jp/index.html）上で周知しています。

また、同ホームページでは、出会い系サイトなどで子どもが被害にあわないための情報の紹介や、インターネット上で違法・有害情報を見つけたり、違法・有害情報によって被害を受けた場合の相談マニュアル、違法・有害情報に関する通報・相談を行う際の窓口の紹介を行っておりますので、参考にしていただきたいと思います。

問い合わせ先

○内閣官房情報通信技術（ＩＴ）担当室
電話 03-5253-2111（代）

(2) 電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律

経済社会の情報化の進展に伴い、電子契約をめぐっては、①インターネット市場における取引ルールの明確化、②インターネットにより形成される国際的な市場におけるルールの調和、③ネット上の消費者トラブルへの有効な救済措置の整備等を図ることが必要となっています。このような状況を踏まえて、消費者が事業者との間で行う電子契約における錯誤無効や電子契約の成立時期に関し、民法の特例を定める法律が平成13年６月に成立し、平成13年12月から施行されています。

１）電子消費者契約における錯誤無効制度の特例

～消費者の契約無効の主張に対する事業者の重過失反証の制限～

事業者と消費者間の電子商取引においては、消費者が操作ミスにより行った意図しない契約の申込みが生じやすくなっています。

○典型的なトラブル事例

事業者により契約申込み前に申込み内容の確認機会が提供されなかった等の場合に、消費者が意図しない申込みを行うケース(例:キャンセルボタンを押すつもりが誤って申込みボタンを押した。１個買うつもりが11個と入力してしまった。)

この場合、民法95条(錯誤)の規定により、消費者は「著しい不注意(重過失)」がない場合には、事業者に対して契約の無効を主張できます。しかし、操作ミスについては、消費者に重過失があったと事業者から反証されてしまい、結局、契約が無効とならない場合が多くなっていました。そこで、電子消費者契約に関しては、事業者が操作ミスを防止するための措置を講じていない場合等には、たとえ消費者に重過失があったとしても、操作ミスにより行った意図しない契約を無効とすることができるよう措置しました(民法95条の特例措置)。

２）電子契約の成立時期の明確化(発信主義から到達主義への転換)

隔地者間の契約の成立時期は、郵便という時間のかかる手段を前提としているため、迅速な契約の成立を図る観点から、契約を承諾する者が承諾の通知を発した時点とされています(発信主義；民法第526条第１項)。しかし、インターネット等の電子的な方法を用いて承諾の通知を発する場合には、瞬時に意思表示が到達するため、その契約成立時期を、承諾の通知が到達した時点へと変更しています(到達主義への転換)。

これにより、承諾通知が到達しない限り、契約は不成立なので、承諾通知の不着のリスクは事業者が負うことになります。

問い合わせ先

○経済産業省商務情報政策局情報経済課
電話 03-3501-1511（代）

(3) 電子商取引及び情報財取引等に関する準則

「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」は、電子商取引等に対する現行法適用の包括的な解釈指針です。電子商取引をめぐる様々な論点について、消費者団体、事業者団体や、内閣府・総務省・法務省・公正取引委員会・文化庁など関係府省からのオブザーバーの方々のご助言を頂きながら、産業構造審議会情報経済分科会ルール整備小委員会において取りまとめた提言を踏まえ、経済産業省が現行法の解釈についての一つの考え方を提示するものです。準則自体は法令等とは異なり、強制力を持つものではなく、個別具体例に対する現行法適用の最終判断はあくまで裁判所が行うこととなります。

①　経緯

○2002年３月「電子商取引等に関する準則」を策定・公表
○2002年７月「電子商取引等に関する準則」を改訂・公表
○2003年６月「電子商取引等に関する準則」を改訂・公表
○2004年６月「電子商取引等に関する準則」を改訂・公表
○2006年２月「電子商取引等に関する準則」を改訂・公表
○2007年３月「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」に新訂・公表
○2008年８月「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」を改訂・公表

②　背景・目的

インターネットの登場は、電子商取引をはじめとした新たな経済行為を産み出していますが、民法を始めとする現行法の大半はこうした新たな技術を前提とせずに制定されておりますので、電子商取引について、現行法がどのように適用されるのか、その解釈が明確であるとは必ずしも言えない状況にあります。この準則は、電子商取引等に関する様々な法的問題点について、民法をはじめとする関係する法律がどのように適用されるのか、その解釈を示し、取引当事者の予見可能性を高め、取引の円滑化に資することを目的とするものです。また、この準則は、電子商取引をめぐる取引の実務、それに関する技術の動向、国際的なルールメイクの状況に応じて、柔軟に改正されるべき性格のものと考えております。

③　概要

「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」は「電子商取引」のパートと「情報財取引」のパートから構成されています。「電子商取引」のパートでは、契約手法に関する問題や、電子商取引に特有の取引形態に伴う問題、消費者保護に関する問題、越境取引に関する問題を盛り込んでおり、「情報財取引」のパートでは、ライセンス契約の問題や知的財産の問題を盛り込んでおります。具体的には、以下の論点等を取り上げています。

※詳細は、本文（下記ホームページからダウンロードできます）を参照して下さい。

問い合わせ先

○経済産業省商務情報政策局情報経済課
電話 03-3501-1511（代）
ホームページ　http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/ec/index.html#01

（4）電気通信サービスの広告表示に関する自主基準等の取組

電気通信事業者が、多種多様な電気通信サービスを消費者に提供するに当たり、消費者が、各自のニーズに適したサービスを適切に選択することができるようにするためには、広告において適正な表示が確保されることが重要となっています。特に近年、電気通信サービスについては、料金メニューやサービス内容の複雑化・多様化が進んでいることから、消費者にとって、より分かりやすい広告表示に努めていくことが必要となっています。

こうした現状を踏まえて、電気通信事業者団体４団体（(社)電気通信事業者協会、(社)テレコムサービス協会、(社)日本インターネットプロバイダー協会、(社)日本ケーブルテレビ連盟）は、電気通信サービス向上推進協議会を設置し、2003年12月に「電

気通信サービスの広告表示に関する自主基準」を、2004年３月に「同ガイドライン」を公表し、その後、必要の都度改訂を重ねてきました。

最近では、消費者視点に立った分かりやすい広告・表示の配慮について付け加えたほか、モバイルデータ通信サービスの普及や、携帯電話端末の広告や携帯電話サービスと端末が一体となった広告も増加していることから､2010年４月に モバイルデータ通信サービス、携帯電話等移動体通信端末に関する広告表示において配慮すべき点を規定するなどの見直しを行っています。また、電気通信サービスの広告表示においては、技術用語が多用され、どのようなサービスなのか消費者には分かりづらいものも多いことから、同年６月、総合カタログ等における用語・表記の改善を図るため、自主基準及びガイドラインの別冊として、電気通信サービスの広告表示で使用する用語に関する一定の基準（標準用語集）を作成、公表しています。

さらに、協議会では、不適正な広告の再発を防止する観点から、外部有識者から構成する「広告表示アドバイザリー委員会」等を定期的に開催し、主要な広告事案について検証を行い、問題がある場合にはその旨を電気通信事業者に通知を行う取組を進めています。

なお、広告表示に関するもののほかにも、協議会では、利用者からの苦情・相談受付窓口の在り方についての検討等を行う「苦情・相談検討ワーキンググループ」や、複数の事業者が関係するサービス不具合、機器の故障時の対応の在り方等について検討する「責任分担検討ワーキンググループ」を設置するなど、各種取組を行っています。

問い合わせ先

○総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課
電話 03-5253-5111（代）

（5）迷惑メール対策

電子メールの普及に伴い、我が国においては2001年頃からいわゆる「迷惑メール」が急増しています。2002年には法規制が強化され、また、携帯電話事業者等も迷惑メールのフィルタリング機能等を導入するなどの対策を講じてきた成果もあり、最近ではＰＣ宛て・携帯電話宛てのいずれも、国内発の送信の割合が減少しているものの、海外発の送信の割合が増加している傾向にあり、全体としての迷惑メールの数も増加しています。

迷惑メールは、電子メールの開封・廃棄に時間が浪費されること、携帯電話であれば受信料がかかること、携帯電話で深夜・早朝に電子メールを受信すると生活の平穏を乱されることなどの点、架空請求・不当請求の手段としても用いられる点が問題です。

迷惑メール対策については、総務省、消費者庁、経済産業省が協力して対策を行っています。

迷惑メールを通信の適正化の観点から規制する「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律」（総務省・消費者庁）では、取引関係にある者への送信など一定の例外

を除いて、受信者の同意を得ることなく広告宣伝メールを送信することが禁止されています（オプトイン規制）。また、受信者から、広告宣伝メールの受信を拒否する旨の通知を受けた場合は、その受信者に対する以後の送信が禁止されています（再送信禁止）。さらに、広告宣伝メールを送信する際には、受信拒否の通知先など、一定の事項を表示することが義務づけられています。なお、総務省及び消費者庁では同法に基づき、2009年度には、違法な迷惑メール送信事業者に対し、６件の措置命令（2009年８月までは総務省のみ）を行っています。

そのほか、2009年11月には、迷惑メール対策に関する関係者が幅広く集まり､「迷惑メール対策推進協議会」が設立され、迷惑メール対策に関する関係者間の緊密な連絡を確保し、最新の情報共有、対応方策の検討、対外的な情報提供を行っています。具体的には、2008年11月に、迷惑メールの追放に向けた決意と具体的に講ずるべき措置等をまとめた「迷惑メール追放宣言」を採択しました。また、2009年10月には、迷惑メールの現状や迷惑メールへの様々な対策について総合的にまとめた「迷惑メール対策ハンドブック2009」を公表しました。

迷惑メール対策においては、利用者側から対策を講ずることができますので、以下をご参考にしてください。

①　迷惑メールを受信しないために

１）フィルタリング機能を利用しましょう
２）長くて複雑なメールアドレスを利用しましょう
３）掲示板等にむやみにメールアドレスを書き込まないようにしましょう
※詳しくは、ご利用の携帯電話会社やインターネット接続サービス事業者（ＩＳＰ）に御相談下さい。

②　迷惑メールを受信した場合の対処方法

１）不審な電子メールを開封するときは十分注意しましょう
２）不審なＵＲＬにはアクセスしないようにしましょう
３）自らの個人情報の取り扱いに注意しましょう
４）架空請求・不当請求には応じないようにしましょう
５）しつこく請求される場合は、警察に相談しましょう
６）裁判所から文書が届いたら消費生活センターに相談しましょう

問い合わせ先

○経済産業省商務情報政策局消費経済政策課
電話 03-3501-1511（代）
○総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課
電話 03-5253-5111（代）
○消費者庁表示対策課
電話 03-3507-8800（代）

（6）インターネット通販

通信販売は、隔地者間での取引であるため、販売条件等についての情報は広告を通じてのみ提供されます。そのため、通信販売の広告表示が不十分、不正確であるとそれらの点をめぐってトラブルが発生することがあります。そのため、特定商取引法では通信販売について一定事項について明確に表示を行うよう広告規制を行っています。

①　広告における表示義務

通信販売についての広告を行う際は、価格、支払時期、支払方法、事業者の氏名・連絡先、返品の可否・条件・送料の負担等について表示しなければなりません。

②　誇大広告の禁止

著しく事実に相違する表示、実際のものより著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示を行うことは禁止されています。

③　未承諾者に対する電子メール広告の送信の禁止

消費者から請求や承諾がない限り、原則として電子メール広告の送信を行うことは禁止されています。また、電子メール広告を送付することについて請求等を受けた場合であっても、消費者が事後に電子メール広告の提供を受けない旨の意思表示を行うことができるよう、電子メール広告に送信者の電子メールアドレス等を記載することが義務づけられています。

④　顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為の禁止

インターネット通信販売等において、１）あるボタンをクリックすれば、それが有料の申込みとなることを、消費者が容易に認識できるように表示していないことと２）申込みをする際に、消費者が申込み内容を容易に確認し、かつ訂正できるように措置していないことを禁止しています。

問い合わせ先

○消費者庁取引・物価対策課
電話 03-3507-8800（代）

（7）フィッシングの防止

①　フィッシングとは

フィッシング（Phishing）とは、クレジットカード会社や銀行、オンラインショッピング事業者等を装った電子メールを不特定多数に送り、銀行口座番号、クレジットカード番号､暗証番号やパスワードといった情報を巧みに詐取する行為であり、電子メールのリンクから偽サイトに誘導し、そこでこれらの情報を入力させる手口が一般的に使われています。

②　各省庁における取り組み

警察では、各都道府県警察のサイバー犯罪相談窓口において、フィッシングに関する情報提供を受け付けているほか、関係機関、関係団体等との連携を強化してフィッシングに関する情報提供及び注意喚起に努めています。また、2007年４月から2009年３月にかけて、茨城、静岡、岡山、福岡及び熊本の５県警察の合同捜査本部がフィッシングによってＩＤ・パスワードを不正に入手してインターネット・オークションやインターネット・バンキングに不正アクセス行為等を行った事件の検挙を行うなど、取締りを推進しています。

総務省では、フィッシングは、メールやウェブサイトがその主要なツールとなっていることから、インターネット接続サービスを提供する電気通信事業者を中心とする「フィッシング対策推進連絡会」を2005年１月から開催し、2005年８月には、それまでの検討状況と今後取り組むべき課題等を記した「フィッシングの現状及びISPによるフィッシング対策の方向性」を取りまとめ、公表しました。また、フィッシングメール等のなりすましメールに対する技術的な対策である「送信ドメイン認証技術」について2008年11月に迷惑メール対策に関する関係者が幅広く集まり設立された､「迷惑メール対策推進協議会」において､普及に向けた活動を行っています。

経済産業省では、電子商取引の発展や情報セキュリティの確保などの観点から、具体的な被害が拡大する前に一般消費者に的確な理解と行動を促すことが重要であるとの認識の下、2005年４月に民間団体・業界を中心として設立された「フィッシング対策協議会」の活動を支援しています。同協議会では、国内外のフィッシングに関する情報収集・提供、最新動向・攻撃手法の分析を行うとともに、技術的対応等について検討しています。また、セミナーやフィッシング対策ガイドラインの普及をとおして、消費者向けの啓発活動を行っています。

問い合わせ先

○フィッシング１１０番
ホームページ　http://www.npa.go.jp/cyber/policy/phishing/phishing110.htm
○フィッシング対策協議会
ホームページ　http://www.antiphishing.jp/

（8）個人情報の保護に関する法律

①　個人情報保護の必要性・法の目的

近年、ＩＴ化の進展に伴い、官民を通じてコンピュータやネットワークを利用して、大量の個人情報が処理されています。こうした個人情報の取扱いは、今後ますます拡大していくと予想されますが、個人情報は、その性質上いったん誤った取扱いをされると、個人に取り返しのつかない被害を及ぼすおそれがあります。

このため、誰もが安心してＩＴ社会の便益を享受するための制度的基盤として、2003年５月に「個人情報の保護に関する法律」（以下「法」という。）が成立し公布されました（2005年４月１日全面施行）。

法は、個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護することを目的と

しており、官民を通じた基本法の部分と、民間の事業者に対する個人情報の適正な取扱いのルールの部分から構成されています（国の行政機関や独立行政法人等の保有する個人情報の保護については、それぞれ「行政機関の保有する個人情報の保護に関する法律」、「独立行政法人等の保有する個人情報の保護に関する法律」が、各地方公共団体の保有する個人情報の保護については、それぞれの条例が適用されます。）。

また、法は、民間の事業者の個人情報の取扱いに関して、共通する必要最小限のルールを定めたものであり、事業者が、各省庁等が策定するガイドラインに即して、事業等の分野の実情に応じ、自律的に取り組むことを重視しています。平成22年３月31日現在、各省庁において27の事業等分野で40のガイドラインが策定されています【別表１】。

②　最近の取組

「個人情報の保護に関する基本方針」（2004年４月２日閣議決定）において定められた個人情報保護法全面施行後３年を目途とした見直しの一環として、１）個人情報の保護に関する基本方針の一部変更（2008年４月２５日閣議決定）、２）個人情報の保護に関する法律施行令の改正（2008年５月１日公布・施行）、３）個人情報の保護に関するガイドラインの共通化等を行いました。

個人情報の保護に関する基本方針の一部変更（2008年４月２５日閣議決定）においては、いわゆる「過剰反応」が生じているという現状認識を明記の上、政府として積極的な広報啓発活動に取り組むことを宣言し、また、消費者等、本人の権利利益の一層の保護の観点から、事業者の自主的な取組として、保有個人データの自主的な利用停止等をプライバシーポリシー等に盛り込むことも重要であることなどを指摘しました。

③　個人情報取扱事業者の義務

１）義務規定の対象になる事業者の範囲

法では、5,000 を超える個人情報をコンピュータ等で検索できるように体系的に構成した「個人情報データベース等」について、事業活動に利用している事業者（個人情報取扱事業者）が義務規定の対象となっています。

２）個人情報取扱事業者の義務

ア）個人情報の取得・利用・取得に関する義務

○個人情報の利用目的をできる限り特定し、利用目的の達成に必要な範囲を超えて個人情報を取り扱ってはならない。（15条、16条）

○偽りその他不正な手段によって個人情報を取得してはならない。（17条）

○個人情報を取得したときは、本人に速やかに利用目的を通知又は公表し、本人から直接書面等で個人情報を取得する場合には、あらかじめ本人に利用目的を明示しなければならない。（18条）

イ）適正・安全な管理に関する義務

○顧客情報の漏えいなどを防止するため、個人データを安全に管理し、従業者や委託先を監督しなければならない。（20条～22条）

○利用目的の達成に必要な範囲で、個人データを正確かつ最新の内容に保つよう努めなければならない。（19条）

ウ）第三者提供の制限

○原則として、個人データをあらかじめ本人の同意を得ないで第三者に提供してはならない。ただし、法令に基づく場合や人の生命、身体又は財産の保護に必要な場合等は、本人の同意がなくても提供が可能。（23条１項）

○本人の求めに応じて第三者提供を停止することとしており、一定の事項をあらかじめ通知等しているときは、本人の同意を得ずに第三者提供することが可能（オプトアウト）。（23条２項）

エ）開示等に応じる義務

○保有個人データに関して、本人から求めがあった場合は、その開示、訂正、利用停止等を行わなければならない。（24条～27条）

オ）苦情の処理

○個人情報の取扱いに関して苦情が寄せられたときは、適切かつ迅速な処理に努めなければならない。（31条）

３）義務の適用除外

憲法上保障された自由に関する以下の主体が以下の活動のために個人情報を取り扱う場合には、個人情報取扱事業者の義務は適用されません（50 条）。

ア）報道機関の報道活動、イ）著述を業として行う者の著述活動、ウ）学術研究機関・団体の学術活動、エ）宗教団体の宗教活動、オ）政治団体の政治活動

④　苦情処理の仕組み等

個人情報に関するトラブルや苦情については、個人情報取扱事業者自身の取組により解決することが基本となりますが、認定を受けた個人情報保護団体による苦情対応のほか、国民生活センターや地方公共団体による苦情相談等を受けられるようになっています。それぞれの連絡先については、消費者庁ホームページにおいて公表しています（以下の問い合わせ先を参照）。

また、個人情報取扱事業者が義務規定に違反し、不適切な個人情報の取扱いを行っている場合には、事業を所管する主務大臣が、必要に応じて、事業者に対し勧告、命令等の措置をとることができます。事業者が命令に違反した場合には罰則（６月以下の懲役又は30万円以下の罰金）の対象になります。

問い合わせ先

１．制度の概要等について

（1）個人情報保護法（民間事業者関係）

消費者庁企画課個人情報保護推進室

電話 03-3507-9160（個人情報保護法質問ダイヤル）

ホームページ　http://www.caa.go.jp/seikatsu/kojin/index.html

※法律の概要・条文、パンフレット、国や地方公共団体の窓口一覧等を

掲載

（2）行政機関個人情報保護法、独立行政法人等個人情報保護法
総務省行政管理局行政情報システム企画課個人情報保護室
電話 03-5253-5111（代表）

（3）地方公共団体における個人情報保護条例
地方公共団体における個人情報保護担当課【別表３】

２.個別の事案における個人情報の取扱いについて事業等分野ごとの所管省庁等

○国の個人情報保護窓口【別表２】

○地方公共団体における個人情報保護担当課【別表３】

３．事業者による個人情報の取扱いに関する苦情相談について

（1）独立行政法人国民生活センターの苦情相談窓口
電話番号 03-5475-3711
ホームページ　http://www.kokusen.go.jp/hello/work.html#soudan

（2）都道府県・市区町村の苦情相談窓口（消費者庁ホームページに掲載）
ホームページ
http://www.caa.go.jp/seikatsu/kojin/kujyomadoguchi.html

別表１　個人情報保護に関するガイドライン等一覧

（1）．民間事業者に対するガイドライン等

事業等を所管する各省庁において、審議会の議論等を経て、27分野について40のガイドラインを策定。

平成22年3月31日現在

分野		所管省庁	ガイドラインの名称	策定・見直し時期
医療	一般	厚生労働省	医療・介護関係事業者における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン（局長通達）	平成 16 年 12 月 24 日 平成 18 年 4 月 21 日(見直し)
			健康保険組合等における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン（局長通達）	平成 16 年 12 月 27 日
			医療情報システムの安全管理に関するガイドライン（局長通達）	平成 17 年 3 月 31 日 平成 19 年 3 月 30 日(見直し) 平成 20 年 3 月 31 日(見直し) 平成 21 年 3 月 31 日(見直し) 平成 22 年 2 月 1 日(見直し)
			国民健康保険組合における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン（局長通達）	平成 17 年 4 月 1 日
			国民健康保険団体連合会等における個人情報の適切な取扱いのためのガイドライン（局長通達）	平成 17 年 9 月 15 日
	研究	文部科学省 厚生労働省 経済産業省	ヒトゲノム・遺伝子解析研究に関する倫理指針（告示）	平成 16 年 12 月 28 日
		文部科学省 厚生労働省	遺伝子治療臨床研究に関する指針（告示）	平成 16 年 12 月 28 日
			疫学研究に関する倫理指針（告示）	平成 16 年 12 月 28 日
		厚生労働省	臨床研究に関する倫理指針（告示）	平成 16 年 12 月 28 日
			ヒト幹細胞を用いる臨床研究に関する指針（告示）	平成 18 年 7 月 3 日
金融・信用	金融	金融庁	金融分野における個人情報保護に関するガイドライン（告示）	平成 16 年 12 月 6 日 平成 20 年 2 月 26 日(見直し) 平成21年11月20日(見直し)
			金融分野における個人情報保護に関するガイドラインの安全管理措置等についての実務指針（告示）	平成 17 年 1 月 6 日
	信用	経済産業省	経済産業分野のうち信用分野における個人情報保護ガイドライン（告示）	平成 16 年 12 月 17 日 平成18年10月16日(見直し) 平成 21 年 10 月 9 日(見直し)
情報通信	電気通信	総務省	電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン（告示）	平成 16 年 8 月 31 日 平成17年10月17日(見直し) 平成 21 年 12 月 1 日(見直し)
	放送	総務省	放送受信者等の個人情報の保護に関する指針(告示)	平成 16 年 8 月 31 日 平成 19 年 3 月 28 日(見直し) 平成 21 年 9 月 16 日(見直し)
	郵便	総務省	郵便事業分野における個人情報保護に関するガイドライン（告示）	平成 20 年 3 月 25 日
	信書便	総務省	信書便事業分野における個人情報保護に関するガイドライン（告示）	平成 20 年 3 月 25 日
事業全般		経済産業省	個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン（告示）	平成 16 年 10 月 22 日 平成 19 年 3 月 30 日(見直し) 平成 20 年 2 月 29 日(見直し) 平成 21 年 10 月 9 日(見直し)
			経済産業分野のうち個人遺伝情報を用いた事業分野における個人情報保護ガイドライン（告示）	平成 16 年 12 月 17 日
			医療情報を受託管理する情報処理事業者向けガイドライン(告示)	平成 20 年 7 月 24 日

雇用管理	一般	厚生労働省	雇用管理に関する個人情報の適正な取扱いを確保するために事業者が講ずべき措置に関する指針(告示)	平成 16 年 7 月 1 日
			雇用管理に関する個人情報のうち健康情報を取り扱うに当たっての留意事項について（局長通達）	平成 16 年 10 月 29 日
	船員	国土交通省	船員の雇用管理に関する個人情報の適正な取扱いを確保するために事業者が講ずべき措置に関する指針（告示）	平成 16 年 9 月 29 日
警察		国家公安委員会	国家公安委員会が所管する事業分野における個人情報保護に関する指針（告示）	平成 22 年 2 月 5 日
法務		法務省	法務省所管事業分野における個人情報保護に関するガイドライン（告示）	平成 16 年 10 月 29 日 平成 21 年 9 月 30 日(見直し)
			債権管理回収業分野における個人情報保護に関するガイドライン（告示）	平成 16 年 12 月 16 日 平成 18 年 1 月 11 日(見直し) 平成 22 年 3 月 15 日(見直し)
外務		外務省	外務省が所管する事業を行う事業者等が取り扱う個人情報の保護に関するガイドライン（告示）	平成 17 年 3 月 25 日
財務		財務省	財務省所管分野における個人情報保護に関するガイドライン（告示）	平成 16 年 11 月 25 日 平成 22 年 3 月 19 日(見直し)
教育		文部科学省	学校における生徒等に関する個人情報の適正な取扱いを確保するために事業者が講ずべき措置に関する指針（告示）	平成 16 年 11 月 11 日
福祉		厚生労働省	福祉関係事業者における個人 情報の適正な取扱いのためのガイドライン（局長通達）	平成 16 年 11 月 30 日
職業紹介等	一般	厚生労働省	職業紹介事業者、労働者の募集を行う者、募集受託者、労働者供給事業者等が均等待遇、労働条件等の明示、求職者等の個人情報の取扱い、職業紹介事業者の責務、募集内容の的確な表示等に関して適切に対処するための指針（告示）	平成 16 年 11 月 4 日
	船員	国土交通省	無料船員職業紹介事業者、船員の募集を行う者及び無料船員労務供給事業者が均等待遇、労働条件等の明示、求職者等の個人情報の取扱い、募集内容の的確な表示に関して適切に対処するための指針(告示)	平成 17 年 2 月 28 日
労働者派遣	一般	厚生労働省	派遣元事業主が講ずべき措置に関する指針（告示）	平成 16 年 11 月 4 日
	船員	国土交通省	船員派遣元事業主が講ずべき措置に関する指針（告示）	平成 17 年 2 月 28 日
労働組合		厚生労働省	個人情報の適正な取扱いを確保するために労働組合が講ずべき措置に関する指針（告示）	平成 17 年 3 月 25 日
企業年金		厚生労働省	企業年金等に関する個人情報の取扱いについて（局長通達）	平成 16 年 10 月 1 日
農林水産		農林水産省	農林水産分野における個人情報保護に関するガイドライン（告示）	平成 21 年 7 月 10 日
国土交通		国土交通省	国土交通省所管分野における個人情報保護に関するガイドライン（告示）	平成 16 年 12 月 2 日
環境		環境省	環境省所管事業分野における個人情報保護に関するガイドライン(告示)	平成 21 年 12 月 10 日
防衛		防衛省	防衛省関係事業者が取り扱う個人情報の保護に関する指針（告示）	平成 18 年 5 月 25 日
合計 27 分野			合計 40 ガイドライン	

（2）．行政機関等に対するガイドライン

総務省において、各行政機関及び独立行政法人等の安全確保措置についてのガイドラインを策定。

分野	所管省庁	ガイドラインの名称	策定時期
行政機関	総務省	行政機関の保有する個人情報の適切な管理のための措置に関する指針（局長通知）	平成 16 年 9 月 14 日
独立行政法人	総務省	独立行政法人等の保有する個人情報の適切な管理のための措置に関する指針（局長通知）	平成 16 年 9 月 14 日
合計 2 分野		合計 2 ガイドライン	

別表２　国の個人情報保護窓口

１．制度担当省庁

府省	窓口	担当	電話番号
消費者庁	企画課個人情報保護推進室	基本法制、民間分野関係	03-3507-9160
総務省	行政管理局行政情報システム企画課個人情報保護室	国の行政機関、独立行政法人等関係	03-5253-5111

２．事業等所管省庁（主務大臣）

府省	窓口	電話番号
内閣府	大臣官房総務課	03-5253-2111
警察庁	長官官房総務課	03-3581-0141
金融庁	総務企画局企画課調査室	03-3506-6000
消費者庁	消費者情報課	03-3507-8800
総務省	大臣官房政策評価広報課	03-5253-5111
法務省	大臣官房秘書課	03-3580-4111
外務省	大臣官房総務課外交記録・情報公開室	03-3580-3311
財務省	大臣官房文書課情報公開・個人情報保護室	03-3581-4111
文部科学省	大臣官房総務課文書情報管理室	03-5253-4111
厚生労働省	政策統括官付社会保障担当参事官室	03-5253-1111
農林水産省	大臣官房情報評価課	03-3502-8111
経済産業省	商務情報政策局情報経済課	03-3501-1511
国土交通省	総合政策局情報安全・調査課情報危機管理室	03-5253-8111
環境省	大臣官房総務課情報公開閲覧室	03-3581-3351
防衛省	大臣官房文書課情報公開・個人情報保護室	03-3268-3111

別表３　地方公共団体における個人情報保護担当課一覧

１　都道府県

平成22年4月1日現在

	総括課	施策別の担当部署		
		「保有する個人情報の保護」の総括課（法第11条）	「区域内の事業者への支援」の総括課（法第12条）	「苦情処理のあっせん等」の総括課（法第13条）
北海道	総務部人事局法制文書課行政情報センター	総務部人事局法制文書課行政情報センター	総務部人事局法制文書課行政情報センター	総務部人事局法制文書課行政情報センター
青森県	総務部総務学事課	総務部総務学事課	総務部総務学事課	環境生活部県民生活文化課
岩手県	総務部法務学事課	総務部法務学事課	総務部法務学事課	総務部法務学事課
宮城県	総務部県政情報公開室	総務部県政情報公開室	総務部県政情報公開室	総務部県政情報公開室 環境生活部消費生活・文化課
秋田県	総務部広報広聴課	総務部広報広聴課	総務部広報広聴課	総務部広報広聴課
山形県	総務部学事文書課	総務部学事文書課	総務部学事文書課	生活環境部危機管理・くらし安心局くらし安心課
福島県	総務部文書法務課	総務部文書法務課	総務部文書法務課	総務部文書法務課
茨城県	総務部総務課	総務部総務課	総務部総務課	生活環境部消費生活センター
栃木県	経営管理部文書学事課情報公開推進室	経営管理部文書学事課情報公開推進室	経営管理部文書学事課情報公開推進室	経営管理部文書学事課情報公開推進室
群馬県	生活文化部県民生活課	生活文化部県民生活課	生活文化部県民生活課	生活文化部県民生活課
埼玉県	県民生活部県政情報センター	県民生活部県政情報センター	県民生活部県政情報センター	県民生活部県政情報センター 県民生活部消費生活課
千葉県	総務部政策法務課	総務部政策法務課	総務部政策法務課	消費者センター
東京都	生活文化スポーツ局広報広聴部情報公開課	生活文化スポーツ局広報広聴部情報公開課	生活文化スポーツ局広報広聴部情報公開課	生活文化スポーツ局広報広聴部情報公開課
神奈川県	県民局県民活動部情報公開課	県民局県民活動部情報公開課	県民局県民活動部情報公開課	県民局県民活動部情報公開課
新潟県	総務管理部文書私学課	総務管理部文書私学課	総務管理部文書私学課	総務管理部文書私学課
富山県	経営管理部文書学術課	経営管理部文書学術課	経営管理部文書学術課	経営管理部文書学術課 生活環境文化部県民生活課

石川県	総務部総務課行政情報サービスセンター	総務部総務課行政情報サービスセンター	総務部総務課行政情報サービスセンター	県民文化局県民生活課
福井県	総務部情報公開・法制課	総務部情報公開・法制課	総務部情報公開・法制課	安全環境部県民安全課
山梨県	総務部私学文書課	総務部私学文書課	総務部私学文書課	総務部私学文書課 企画県民部県民生活センター
長野県	総務部情報公開・私学課	総務部情報公開・私学課	総務部情報公開・私学課	総務部情報公開・私学課
岐阜県	総務部法務・情報公開課	総務部法務・情報公開課	総務部法務・情報公開課	総務部法務・情報公開課
静岡県	経営管理部文書局法務文書課（情報公開班）	経営管理部文書局法務文書課（情報公開班）	経営管理部文書局法務文書課（情報公開班）	くらし・環境部県民生活局県民生活課（消費相談啓発班）
愛知県	県民生活部県民総務課	県民生活部県民総務課	県民生活部県民総務課	県民生活部県民生活課（中央県民生活プラザ）
三重県	生活・文化部情報公開室	生活・文化部情報公開室	生活・文化部情報公開室	生活・文化部交通安全・消費生活室
滋賀県	県民文化生活部県民生活課県民情報室	県民文化生活部県民生活課県民情報室	県民文化生活部県民生活課県民情報室	県民文化生活部県民生活課県民情報室
京都府	総務部政策法務課情報公開担当	総務部政策法務課情報公開担当	総務部政策法務課情報公開担当	府民生活部消費生活安全センター
大阪府	府民文化部府政情報室	府民文化部府政情報室	府民文化部府政情報室	府民文化部府政情報室 消費生活ｾﾝﾀｰ
兵庫県	企画県民部管理局県民情報センター	企画県民部管理局県民情報センター	企画県民部管理局県民情報センター	企画県民部管理局県民情報センター
奈良県	総務部総務課	総務部総務課	総務部総務課	総務部総務課 くらし創造部消費・生活安全課
和歌山県	総務部総務管理局総務学事課	総務部総務管理局総務学事課	総務部総務管理局総務学事課	総務部総務管理局総務学事課 環境生活部県民局県民生活課
鳥取県	総務部県民課	総務部県民課	総務部県民課	総務部県民課 生活環境部くらしの安心局消費生活センター
島根県	総務部総務課情報公開グループ	総務部総務課情報公開グループ	総務部総務課情報公開グループ	環境生活部環境生活総務課消費生活室
岡山県	総務部総務学事課	総務部総務学事課	総務部総務学事課	県民生活部くらし安全安心課
広島県	総務局総務管理部総務課	総務局総務管理部総務課	総務局総務管理部総務課	総務局総務管理部総務課

山口県	総務部学事文書課	総務部学事文書課	総務部学事文書課	環境生活部県民生活課
徳島県	企画総務部総務課	企画総務部総務課	企画総務部総務課	企画総務部総務課
香川県	総務部県民活動・男女共同参画課 県民室	総務部県民活動・男女共同参画課 県民室	総務部県民活動・男女共同参画課 県民室	総務部県民活動・男女共同参画課 県民室
愛媛県	県民環境部管理局県民活動推進課	県民環境部管理局県民活動推進課	県民環境部管理局県民活動推進課	県民環境部管理局県民生活課
高知県	総務部文書情報課	総務部文書情報課	総務部文書情報課	文化生活部県民生活・男女共同参画課
福岡県	総務部県民情報広報課	総務部県民情報広報課	総務部県民情報広報課	総務部県民情報広報課 新社会推進部生活安全課
佐賀県	経営支援本部法務課	経営支援本部法務課	経営支援本部法務課	経営支援本部法務課
長崎県	総務部総務文書課	総務部総務文書課	総務部総務文書課	総務部総務文書課 県民生活部食品安全・消費生活課
熊本県	総務部県政情報文書課	総務部県政情報文書課	総務部県政情報文書課	環境生活部食の安全・消費生活課
大分県	総務部県政情報課	総務部県政情報課	総務部県政情報課	生活環境部県民生活・男女共同参画課
宮崎県	総務部総務課	総務部総務課	総務部総務課	県民政策部　消費生活センター
鹿児島県	総務部学事法制課	総務部学事法制課	総務部学事法制課（各事業所管課）	総務部県民生活局生活・文化課消費者行政推進室
沖縄県	総務部総務私学課行政情報センター	総務部総務私学課行政情報センター	総務部総務私学課行政情報センター	総務部総務私学課行政情報センター

２　政令指定都市

	総括課	施策別の担当部署		
		「保有する個人情報の保護」の総括課（法第11条）	「区域内の事業者への支援」の総括課（法第12条）	「苦情処理のあっせん等」の総括課（法第13条）
札幌市	総務局行政部行政情報課	総務局行政部行政情報課	総務局行政部行政情報課	市民まちづくり局市民生活部消費者センター 総務局行政部行政情報課
仙台市	総務局総務部文書法制課	総務局総務部文書法制課	総務局総務部文書法制課	総務局総務部文書法制課
さいたま市	総務局総務部行政透明推進課	総務局総務部行政透明推進課	総務局総務部行政透明推進課	市民・スポーツ文化局市民生活部消費生活総合センター 総務局総務部行政透明推進課

千葉市	総務局総務部政策法務課市政情報室	総務局総務部政策法務課市政情報室	総務局総務部政策法務課市政情報室	総務局総務部政策法務課市政情報室
川崎市	総務局情報管理部行政情報課	総務局情報管理部行政情報課	総務局情報管理部行政情報課	総務局情報管理部行政情報課
横浜市	市民局総務部市民情報室	市民局総務部市民情報室	市民局総務部市民情報室	市民局総務部市民情報室
相模原市	総務局総務部情報公開課	総務局総務部情報公開課	総務局総務部情報公開課	企画市民局市民部生活安全課
新潟市	総務部総務課市政情報室	総務部総務課市政情報室	市民生活部市民総務課	市民生活部市民総務課
静岡市	経営管理局行政管理部政策法務課	経営管理局行政管理部政策法務課	経営管理局行政管理部政策法務課	生活文化局市民生活部消費生活センター
浜松市	総務部文書行政課	総務部文書行政課	総務部文書行政課	総務部文書行政課 生活文化部市民生活課くらしのセンター
名古屋市	市民経済局市民生活部市政情報課	市民経済局市民生活部市政情報課	市民経済局市民生活部市政情報課	市民経済局市民生活部市政情報課
京都市	総合企画局情報化推進室（情報管理担当）	総合企画局情報化推進室（情報管理担当）	総合企画局情報化推進室（情報管理担当）	文化市民局市民生活部市民総合相談課
大阪市	情報公開室市民情報部公開制度等担当	情報公開室市民情報部公開制度等担当	市民局人権室推進担当	市民局人権室推進担当 消費者センター
堺市	市長公室広報部市政情報課	市政情報課	市政情報課	堺市立消費生活センター
神戸市	市民参画推進局参画推進部市民情報サービス課	市民参画推進局参画推進部市民情報サービス課	市民参画推進局参画推進部市民情報サービス課	市民参画推進局市民生活部消費生活課生活情報センター
岡山市	総務局文書管理公開課情報公開室	総務局文書管理公開課情報公開室	総務局文書管理公開課情報公開室	市民局生活安全課消費生活センター
広島市	企画総務局公文書館	企画総務局公文書館	企画総務局公文書館	市民局消費生活センター
北九州市	総務市民局総務部文書館	総務市民局総務部文書館	総務市民局総務部文書館	総務市民局安全・安心部消費生活センター
福岡市	総務企画局行政部情報公開室	総務企画局行政部情報公開室	総務企画局行政部情報公開室	総務企画局行政部情報公開室 市民局生活安全・危機対策部消費生活センター

（9）情報セキュリティに関する知識の普及

各都道府県警察では、情報セキュリティ・アドバイザーを設置し、電話、メール等により相談を受け付けているほか、消費者団体や教育関係者等と協力してサイバー犯罪防止に関する講演を実施しています。また、警察庁では、サイバー犯罪対策ホームページにおいて、サイバー犯罪の手口等について周知を図っているほか、警察庁セキュリティポータルサイト（@police）においては、情報セキュリティに関する情報提供を行っています。

問い合わせ先

○警察庁生活安全局情報技術犯罪対策課
警察庁情報通信局情報技術解析課
電話 03-3581-0141（代）
サイバー犯罪対策ホームページ　http://www.npa.go.jp/cyber/
警察庁セキュリティポータルサイト@police
http://www.cyberpolice.go.jp/
○各都道府県警察サイバー犯罪相談窓口
ホームページ　http://www.npa.go.jp/cyber/soudan.htm

（10）インターネット上の違法・有害情報対策

①　プロバイダ等による自主的な取組の推進

インターネットの普及により、違法・有害情報を含むインターネット・コンテンツやサービスに簡単に接続できてしまう現象が現出しており、違法・有害情報を含むインターネット・コンテンツやサービスに関係するトラブルが増加する傾向にあるのではないかと懸念されています。また、インターネット掲示板などへの書き込みを通じて、名誉毀損やプライバシー侵害など他人の権利を侵害する問題も指摘されています。

総務省では、こういったインターネット上の違法・有害情報への対策として様々な取組を実施していますが、とりわけ権利侵害対策では、電気通信事業者団体や他省庁と連携しながら、「プロバイダ責任制限法」の運用により、プロバイダ等による自主的な削除措置が講じられるような環境整備を行っています。

また、電気通信事業者団体においても、違法情報に対するプロバイダの対応指針となる「インターネット上の違法情報への対応に関するガイドライン」、インターネット上の違法な情報又は公序良俗に反する情報等の具体例及びこれらの情報を掲載した契約者に対する自主的措置の内容の例を記載した「違法・有害情報への対応等に関する契約約款モデル条項」等を策定し、違法・有害情報に対する自主的な取組を推進しています。

②　青少年が安心・安全に利用できるインターネット環境づくりへの取組

インターネットは、有用で便利なコミュニケーション手段として、18歳未満の青少年にも広く浸透しています。一方、出会い系サイトやアダルトサイト、自殺を誘

引するサイトなど、インターネット上には心身が未発達な青少年が閲覧するには望ましくないと考えられる情報も流通しており、これらの有害サイト等を通じて、青少年が事件に巻き込まれ、被害に遭うケースも少なくありません。

こうした背景から、「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」（以下、「青少年インターネット環境整備法」という。）が2009年４月に施行されました。

この法律は、１）青少年にインターネットを適切に活用する能力を習得させる、２）フィルタリングの普及促進などにより青少年の有害情報の閲覧機会を最小化する、３）民間の関係者の自主的・主体的な取組を政府が支援する、ことを基本理念としてインターネット関係事業者等の責務を明確化するとともに、保護者や、インターネットの利用者等の関係者が一体となって、子どもたちを有害情報から守る取組を求めています。

また、青少年インターネット環境整備法に基づき「青少年が安全に安心してインターネットを利用できるようにするための施策に関する基本的な計画」（2009年６月インターネット青少年有害情報対策・環境整備推進会議決定）が決定され、「青少年のインターネットの適切な利用に関する教育及び啓発活動の推進」、「フィルタリングの性能の向上及び利用の普及等」、「民間団体等の支援」に関する事項を政府が一体となり地方公共団体、保護者、事業者及び民間団体等と連携を図り、青少年が安全に安心してインターネットを活用できるようにするための施策を強力に推進しています。

○フィルタリングについて

インターネット上のサイトを一定の基準で分類分けし、「出会い系サイト」や「アダルトサイト」、「暴力的な表現のあるサイト」他の子どもに見せるのが好ましくないと保護者等が判断したサイトの閲覧を制限できる機能が、フィルタリングです。

フィルタリングには、健全なサイトのみをリスト化し、それ以外は見られないようにする「ホワイトリスト方式」と、有害なサイトをリスト化し、それを見られないようにする「ブラックリスト方式」があります。また最近では、閲覧可能なサイトを個別に設定できるカスタマイズ機能や、年齢層に応じたフィルタリングなど、フィルタリングの多様化が図られています。

パソコンからのインターネット接続については、フィルタリングソフトのインストールや、プロバイダが提供しているフィルタリングサービスへの加入等により利用することが可能です。経済産業省では、委託事業にて簡易版フィルタリングソフトを無償提供
（http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/policy/filtering.html#02）しています。

また、携帯電話・ＰＨＳについては各事業者によりフィルタリングサービスが提供されており、青少年インターネット環境整備法に基づき、青少年（18 歳未満）が利用する携帯電話・ＰＨＳの契約時に、保護者から不要の申し出がない限り、

フィルタリングサービスが設定されます。保護者が青少年のために携帯電話・ＰＨＳを購入、使用させるときは、契約時に使用者が青少年であることを事業者に申し出ることが必要です。

経済産業省では、こうしたフィルタリングの利用について、子どもや保護者等を対象に普及啓発セミナーを全国で開催しております（平成21年度は42回）。

○ご家庭でのインターネット利用のルールについて

便利で楽しいインターネットや携帯電話を安全に利用していただくために、ご家庭でお子さんの発達段階に応じたルールを決めてから利用するようにしましょう。

（ルールの例）

・書き込みをする場合には相手を思いやった書き込みをする
・不用意に名前、住所、電話番号などの個人が特定される書き込みをしない
・利用時間帯を決め生活習慣を壊さないようにする
・困ったことがあればすぐに大人に相談する

また、インターネット利用環境の整備を目的とした「安心ネットづくり促進協議会」（http://good-net.jp/）では、携帯電話を利用する際のルールづくりナビサイト（「ケータイ家族もばみ」http://mobami.good-net.jp/）を公開していますのでご活用ください。

③ インターネット・ホットラインセンター

警察庁では、一般のインターネット利用者から違法・有害情報に関する通報を受理し、警察への通報や電子掲示板の管理者等への削除依頼等を行うインターネット・ホットラインセンターを運用しています。

問い合わせ先

（プロバイダ等による自主的取組の推進について）
○総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課
電話 03-5253-5111（代）
（青少年インターネット環境整備法について）
○内閣府政策統括官(共生社会政策担当)青少年インターネット環境整備担当
電話 03-5253-2111（代）
ホームページ　http://www8.cao.go.jp/youth/youth-harm/index.html
（フィルタリングについて）
○総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課
電話 03-5253-5111（代）
ホームページ
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/filtering.html
○経済産業省商務情報政策局情報経済課
電話 03-3501-1511（代）

ホームページ
http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/policy/filtering.html
（インターネット・ホットラインセンターについて）
○インターネット・ホットラインセンター
ホームページ　http://www.internethotline.jp/

（参考）アフィリエイトやドロップシッピングに係る消費者トラブル

国民生活センター公表事例（2009年11月4日公表）

○アフィリエイトやドロップシッピングに関する相談が増加！

－「簡単に儲かる！」？　インターネットを利用した“手軽な副業”に要注意－

インターネット上に自分のウェブサイトを作り、商品広告を出して収入を得るというアフィリエイトや、商品を販売して収入を得るドロップシッピングに関する相談が増加しています。

アフィリエイトとは、一般的には提携先の商品広告を自分のウェブサイト上に掲載し、その広告をクリックした人が提携先から商品を購入するなどした場合、一定額の報酬を得られるというものです。また、ドロップシッピングとは、一般的には自分のウェブサイト上に商品を掲載し、商品の申込があった場合、メーカーや卸業者から申込者へ商品を直送するというものです。いずれの場合も、仲介業者に依頼して自分のウェブサイトを開設することが多く、その際に高額な契約を結び、トラブルが発生しています。

アフィリエイトやドロップシッピングに関する相談には、「簡単に収入が入ると言われ高額なウェブサイト作成料を支払ったのに、収入にならない」、「仲介業者がサポートし必ず売れるショップにするから大丈夫と言われたが、サポートがなく商品も売れない」、「必要と言われシステム利用料を支払ったが、期待していたものと異なる」という内容が多く見られます。

また、仲介業者が、「自分で在庫を持たずにできる」、「面倒なことは当社が全部やるので初心者でも大丈夫」といった広告や説明をしていることも少なくありません。相談者は、アフィリエイトやドロップシッピングの仕組みがよくわからず、契約内容を十分に理解できないまま、仲介業者のこうした説明を信じ、副業や一日数時間の在宅ワークのつもりで契約してしまうケースが非常に多く、実質的にみて事業者とはいえない事例が多くなっています。消費生活センターがあっせんしても、仲介業者は「事業者間の契約である」として交渉に応じず、問題点を認めないことが少なくありません。さらに、仲介業者と連絡が取れなくなったり、倒産するケースもあり、実質的な被害の回復が困難となっています。

契約前に仕組みについて十分に説明を受け、自分でしっかりとパンフレットや契約書類を確認するようにしましょう。

※詳細な内容については国民生活センターホームページをご参照ください。
http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20091104_3.html

[11] その他

(1) 無限連鎖講(ねずみ講)

後順位の加入者が支出した金品を、先順位の加入者が受領することを内容とする配当組織で、加入者が無限に増加することが前提となっています。

① 無限連鎖講（ねずみ講）の概要

ねずみ講とは、先に組織加入した者が後に加入した者から金品を受け取ることを内容とする金品の配当組織です。

（典型的なねずみ講の例）

１）一定金額を講本部や先輩会員に送金して講に加入する。

２）講に加入すると最低２名の新規会員を勧誘し、加入させなければならない。

３）勧誘・加入させた自分の子会員に孫会員を勧誘・加入させる。

この過程を重ねて自分の子孫会員が一定数に達すると、講の本部又は子孫会員から自分の支出額を上回る金品を受領できるといった仕組になっています。しかし、例えば、１人が２人ずつ勧誘するとしてこの過程を繰り返していくと、27代目には１億人を超え、結局において破綻することになり一部の先順位会員を除き、利益を上げるどころか自らの支出した金額を回収することもできずに大きな経済的損益を被ることになります。

② ねずみ講とマルチ商法

ねずみ講と類似したものにマルチ商法（84ページ参照）がありますが、マルチ商法は商品等の再販売等を行うことにより、加入者がマージンを受け取る組織的販売方式であり、適切な組織運営を行えば事業を維持することが可能であるのに対し、ねずみ講は配当組織であり、新しい加入者の勧誘が必ず行き詰まり、組織の維持ができなくなる点がマルチ商法と大きく違います。

このようなことから、マルチ商法は法による規制を受けてはいるものの禁止されていないのに対し、ねずみ講は「無限連鎖講の防止に関する法律」によって、開設、運営、勧誘の一切が禁止されており、金銭に限らず有価証券を含む物品を先順位会員に支払うようなねずみ講も一切禁止されています。

問い合わせ先

○消費者庁企画課

電話 03-3507-9253

(2) 利殖商法

「高金利」、「有利な利殖」、「元本保証」などを誘い文句に、多くの人からお金を集める商法いわゆる利殖商法の被害が後を絶ちません。「預り金」の受入業務は、銀行など法律で定められた者以外は禁止されています。言葉巧みな勧誘にだまされないよう注意することが必要です。

銀行・信託銀行・信用金庫･信用組合・商工組合中央金庫・農林中央金庫・農漁協等の金融機関などの法律で認められた者以外の者が、不特定多数の者から元本保証をした預金や貯金等を受け入れる業務を行うことは、「出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律（出資法）」により禁止されています。

出資法に違反して不特定多数の者からお金を預かった者に対しては、刑事罰が科せられます。利殖商法等の被害に遭った場合、その者が預かったお金を使い込んでしまい、消費者はお金を返してもらえないことが少なくありません。

こうした被害に遭わないようにするためには、消費者は、大切なお金を預けるときには、有利な点だけに目を奪われ、言葉巧みな勧誘にだまされないよう、次の点に気を付けることが必要です。

① 「高金利」、「有利な利殖」、「元本保証」などの誘い文句がある場合には、お金の運用方法など、契約内容をよく確認する。

② 信用できる相手かどうか、相手の事業実績や利益に関するデータを入手するなどにより、よく考えて判断する。

③ 「おかしい」と思ったら、はっきりと断る。

問い合わせ先

○金融庁監督局金融会社室

電話 03-3506-6000（代）

(3) 架空請求・不当請求トラブルへの対応

2003年から各地の消費生活センターでは、葉書や電子メールなどで、一方的に、消費者に身に覚えのない有料情報利用料の支払いや、貸金の返済などを請求する架空請求・不当請求（以下、「架空請求等」という。）に関する苦情相談が著しく増加し、大きな社会問題ともなりました。

そのため、関係省庁等において、以下のとおり架空請求・不当請求対策を推進しているところです。

① 警察庁

警察当局による取締り

○犯罪収益移転防止法の成立（2007年３月29日成立、同４月１日一部施行、2008年３月１日全面施行）

○警察庁に「振り込め詐欺対策室」を設置（2008年６月）

架空請求詐欺等の振り込め詐欺に対し、警察庁に「振り込め詐欺対策室」を設置（2008年６月）して、警察の組織を挙げた取締活動及び予防活動を推進。

○刑法、犯罪収益移転防止法、携帯電話不正利用防止法等の関係法令を駆使した取締りを実施。

○架空請求詐欺に関する最新の手口や発生状況について、ウェブサイト等により情

報提供、注意喚起を実施。

② 金融庁

預金口座の不正利用の防止

○金融庁による情報提供（2003年９月～）
　金融機関などへ預金口座の不正利用に関する情報を提供し、金融機関はこれに基づき調査を行い、必要に応じて預金取引停止、預金口座解約を実施。

③ 総務省

携帯電話の犯罪利用の防止

○携帯電話事業者におけるプリペイド式携帯電話の本人確認の徹底（2004年12月～2006年３月31日）
　携帯電話事業者による全てのプリペイド式携帯電話の契約者情報の確認・登録。確認できなければ利用停止（確認できなかった約 30 万回線について利用停止措置を実施）。
○いわゆる携帯電話不正利用防止法の成立（2005年４月８日成立、同５月５日一部施行、2006年４月１日全面施行）。
○レンタル携帯電話事業者による本人確認の厳格化等を図るため、携帯電話不正利用防止法を一部改正（2008年6月に成立し、同年12月1日施行）

地上デジタルテレビ放送への移行に便乗した悪質商法等による消費者被害の防止

○注意喚起等の実施
　地上デジタルテレビ放送の工事関連の詐欺などの悪質商法等による被害の防止のため、リーフレット、ホームページ、説明会等を通じた注意喚起を実施している。
　また、悪質商法等が発生した場合は、関係省庁、機関等と情報を速やかに共有し、連携して悪質商法等による被害の拡大防止に努めている。
○デジサポによる戸別訪問活動における配慮
　デジサポ（総務省テレビ受信者支援センター）の高齢者世帯向け戸別訪問活動にあたっては、統一したユニフォームや腕章、身分証を着用し、訪問を受けた世帯が悪質商法等と混同することのないように配慮している。

④ 国民生活センター

○架空請求等を行う業者名の公表
　国民生活センターのホームページにおいて、2004年８月以降、架空請求等を行っている業者名を毎月公表。併せて、ホームページ及びメールマガジンを通じて架空請求等への注意喚起を実施。

架空請求等の苦情相談件数については、関係機関の取組によって2004年度67.5万件

をピークとして、2009年度は6.1万件（2010年５月末現在までのＰＩＯ－ＮＥＴ登録分）に減少しています。しかし、いまだ高齢者をターゲットにしたり、公的機関やその類似名称を名乗るなどの手口が見られることから、今後も注意が必要です。

問い合わせ先

○警察庁組織犯罪対策部犯罪収益移転防止管理官
　（犯罪収益移転防止法について）
　警察庁振り込め詐欺対策室事務局（振り込め詐欺対策について）
　　電話 03-3581-0141(代)
○金融庁監督局
　　電話 03-3506-6000(代)
○総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政課
　（携帯電話の犯罪利用の防止について）
　総務省情報流通行政局地上放送課デジタル放送受信者支援室
　（地上デジタルテレビ放送への移行に便乗した悪質商法等による消費者被害の防止について）
　　電話 03-5253-5111(代)
○独立行政法人国民生活センター広報室
　　電話 03-3443-8623

（4）偽造・盗難キャッシュカードによる被害の防止・救済

2004年度から2005年度にかけて、偽造・盗難キャッシュカード等を用いた預金の不正引出しによる被害が急増し、社会問題化しました。こうした事態を受け、預貯金者の保護を図る観点から、金融機関による被害者への補償制度や金融機関の犯罪防止措置義務を規定した「預貯金者保護法」が議員立法により成立し、2006年２月より施行されています。

金融庁では、2007年１月、「情報セキュリティに関する検討会」(2006年３～６月開催、構成員：金融庁、警察庁及び各金融関係団体)での検討結果を実行ならしめるため、「主要行等及び中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針(以下、監督指針)」を改正し、ＡＴＭシステム等の情報セキュリティ対策に関する監督上の着眼点を明確化しております。さらに2008年５月には、「監督指針」を改正し、偽造キャッシュカード等による不正払戻しの被害にあった顧客への対応に係る態勢の整備に関する監督上の着眼点を明確化しています。

2008年２月以降、業界団体において、預貯金者保護法、同法附則及び附帯決議を踏まえ、盗難通帳やインターネットバンキングによる預金の不正払戻しが発生した際に、金融機関が無過失の場合でも預金者に過失がないときは、原則、金融機関が被害を補償する旨の申し合わせを実施しています。

① 預貯金者保護法の成立（2005年８月３日）

（正式名称：偽造カード等及び盗難カード等を用いて行われる不正な機械式預貯

金払戻し等からの預貯金者の保護等に関する法律）

○偽造キャッシュカード等を用いて行われる機械式預貯金払戻し等

・偽造キャッシュカードが使用されたことによる損害は、原則として金融機関が全額を負担すること

・但し、預貯金者に故意又は重過失がある場合には、預貯金者が全額を負担すること

・預貯金者の帰責事由については、金融機関が立証責任を負うこと

○盗難キャッシュカード等を用いて行われた機械式預貯金払戻し等

・預貯金者が、１）速やかに金融機関へカードが盗取された旨を通知すること、２）遅滞なく金融機関へカードが盗取された状況について十分な説明を行うこと、３）捜査機関へ被害の届出を行うこと、の３要件を充たしたとき、原則として損害の全額を金融機関が負担すること

・預貯金者に過失がある場合には、損害の４分の３の額を金融機関が負担すること

・預貯金者に故意又は重過失がある場合には、預貯金者が全額を負担すること

・預貯金者の帰責事由については、金融機関が立証責任を負うこと

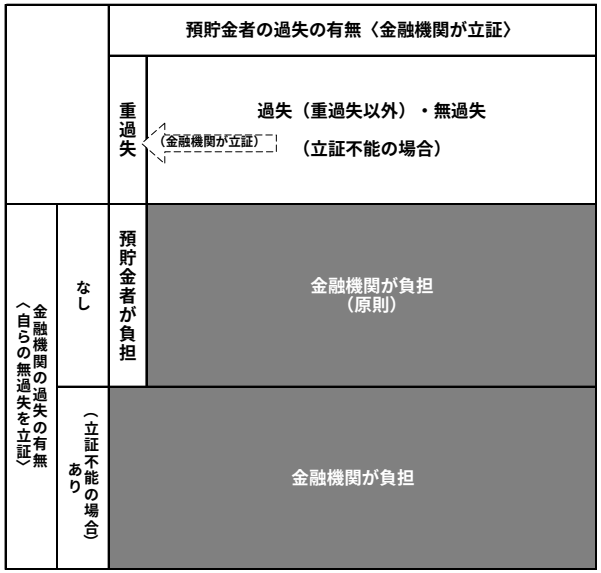
・金融機関が負担する金額は、原則として、預貯金者による金融機関への通知（上記１））の日前 30 日の間の損害に係る額に限ること

○施行日

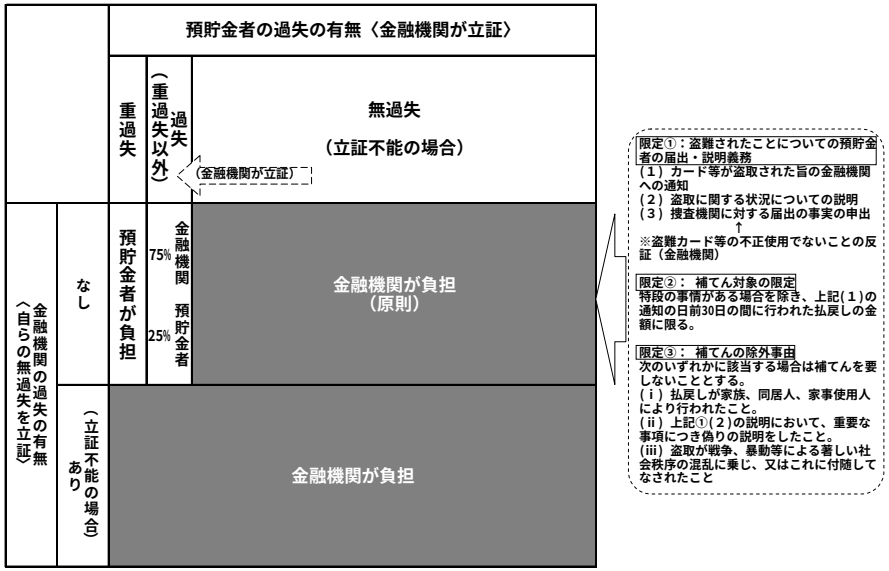
・2006 年２月 10 日

偽造カード等による被害と盗難カード等による被害について（イメージ図）

① 偽造カード等による被害について



② 盗難カード等による被害について



（注１）金融機関の過失　あり→なし　についても金融機関に立証責任がある。

②　預貯金者保護法に関する業界申し合わせ(2008年２～５月)

○盗難通帳による預金等の不正払戻しへの対応

・預貯金者が、１）速やかに金融機関へ通帳が盗取された旨を通知すること、２）遅滞なく金融機関へ通帳が盗取された状況について十分な説明を行うこと、３）捜査機関へ被害の届出を行うこと、の３要件を充たしたとき、原則として損害の全額を金融機関が負担すること

・預貯金者に過失がある場合には、損害の４分の３の額を金融機関が負担すること

・預貯金者に故意又は重過失がある場合には、預貯金者が全額を負担すること

・預貯金者の帰責事由については、金融機関が立証責任を負うこと

・金融機関が負担する金額は、原則として、預貯金者による金融機関への通知（上記１））の日前 30 日の間の損害に係る額に限ること

○インターネット・バンキングによる預金等の不正払戻しへの対応

・預貯金者が、１）速やかに金融機関へ不正払戻しされた旨を通知すること、２）遅滞なく金融機関へ不正払戻しされた状況について十分な説明を行うこと、３）捜査機関へ被害事実等の事情説明を行うこと、の３要件を充たしたとき、原則として損害の全額を金融機関が負担すること

・預貯金者に(重)過失がある場合には、被害に遭った顧客の態様やその状況等を加味したうえで個別事案毎に補償を検討する。

・預貯金者の帰責事由については、金融機関が立証責任を負うこと

・金融機関が負担する金額は、原則として、預貯金者による金融機関への通知（上記１））の日前 30 日の間の損害に係る額に限ること

③　監督指針の主な改正点

○ＡＴＭシステム等のセキュリティ対策に係る監督上の着眼点の明確化(2007年１月)

・金融機関の内部管理態勢について、リスク分析、セキュリティ対策の策定・実施、対策の効果の評価・見直しからなる、いわゆるＰＤＣＡサイクルが機能しているか。

・セキュリティの確保について、体制構築時及び利用時の各段階におけるリスクを把握した上で自らの顧客や業務の特性に応じた対策を講じているか。

・顧客への周知が必要な場合、速やかに周知できる体制を整備するなど、被害を最小限に抑制するための措置を講じることとしているか。

○偽造キャッシュカード等による不正払戻しの被害にあった顧客への対応に係る態勢の整備に関する監督上の着眼点を明確化(2008年５月)

・不正払戻しの被害にあった顧客からの届出を速やかに受け付ける体制が整備されているか。

・利用者保護を徹底する観点から、約款・顧客対応方針等において統一的な対応を定めるほか、真摯な顧客対応を行う態勢が整備されているか。

・不正払戻しに関する記録を適切に保存しているか。

④　偽造キャッシュカード等による被害の発生状況及び金融機関による補償状況

2010年３月末までの偽造キャッシュカード等による被害の発生状況及び金融機関の補償状況の概略は以下の通り。

○偽造キャッシュカードによる預金の不正払戻し等

・被害発生状況
被害発生件数・被害額は、2007 年度は 704 件・436 百万円、2008 年度は 434 件・290 百万円、2009 年度は 277 件・145 百万円となっている。

・金融機関による補償状況
これまでに処理方針が決定している被害のうち、件数ベースで 96.6%(98.6%)を金融機関において補償している。

○盗難キャッシュカードによる預金の不正払戻し等

・被害発生状況
被害発生件数・被害額は、2007 年度は 5,285 件・2,186 百万円、2008 年度は 5,001 件・2,199 百万円、2009 年度は 5,602 件・2,578 百万円となっている。

・金融機関による補償状況
これまでに処理方針が決定している被害のうち、件数ベースで 59.2%(84.0%)を金融機関において補償している。

○盗難キャッシュカードによる預金の不正払戻し等

・被害発生状況
被害発生件数・被害額は、2007 年度は 286 件・452 百万円、2008 年度は 261 件・305 百万円、2009 年度は 200 件・200 百万円となっている。

・金融機関による補償状況
これまでに処理方針が決定している被害のうち、件数ベースで 32.5%(41.5%)を金融機関において補償している。

○インターネット・バンキングによる預金の不正払戻し等

・被害発生状況
被害発生件数・被害額は、2007 年度は 233 件・191 百万円、2008 年度は 136 件・142 百万円、2009 年度は 58 件・34 百万円となっている。

・金融機関による補償状況
これまでに処理方針が決定している被害のうち、件数ベースで 75.7%(85.6%)を金融機関において補償している。

(注) (　)内は、処理方針決定件数のうち、当初、本人以外による不正払戻しとして申出があったものの、調査の結果、配偶者や親族による払戻しであり、不正払戻しでないことが判明した件数等を除いた場合の補償率。

問い合わせ先

○金融庁総務企画局企画課金融トラブル解決制度推進室、監督局銀行第一課
電話 03-3506-6000（代）

(5) サービス（エステティック）

経済産業省の委託事業として、2002年12月に「エステティック産業の適正化に関する検討会」（座長：石橋康正東京大学名誉教授）を設置し、消費者が安心してサービスを受けられるよう、エステティック産業の適性化に向けた検討が行われ、エステティックサロンの認定制度とエステティシャンの共通資格制度の早期実現、これら制度を実施する中核機関の設立を提言しました。

※参考：上記検討会に関する報告書本文のアドレス
http://www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g30604b01j.pdf

上記報告書の提言を踏まえ、エステティック業界では2004年５月に「特定非営利活動法人日本エステティック機構」を設立しました。同法人では、2008年１月にエステティックサロンの認証の受付を開始し、2009年12月にエステティシャン試験に対する認証制度を開始しています。同法人によって適正に認証が行われることにより、消費者が認証マークを目印に安心してサロンを選択し、安全に施術を受けられる環境が整い、消費者被害が未然に防止されることと、エステティック産業の健全な発展に寄与していくことが期待されています。

※特定非営利法人日本エステティック機構 ホームページ
（http://esthe-npo.org/）

問い合わせ先

○経済産業省商務情報政策局サービス産業課
電話 03-3501-1511（代）

(6) 旅行業

旅行業法では、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図るため、旅行業等を営む者についての登録制度や個別取引の行為規制、旅行業協会の業務等を定めているところですが、旅行業が無形かつ非定型のサービスを提供するものであることにかんがみ、旅行業に特有の消費者保護に係る規定が設けられています。

具体的には、旅行業協会の正会員である旅行業者と旅行業務に関して取引をした旅行者がその取引によって生じた債権について、旅行業協会が国に供託した弁済業務保証金から一定の範囲で旅行者に弁済することとしたり、旅行業者が、営業所ごとに一人以上の旅行業務取扱管理者を選任し、取引の明確性や旅行に関するサービスの提供の確実性その他取引の公正、旅行の安全及び旅行者の利便を確保するため必要な事項の管理・監督に関する事務を行わせることを義務付けることなどにより、消費者保護を図っているところです。

インターネットを通じた取引の増加や旅行者ニーズの多様化等により、旅行業における消費者保護の必要性が益々高まっている中、旅行業法については、2009年９月の

消費者庁の発足に併せて、消費者保護に関する規定が観光庁と消費者庁の共管となりました。これにより、旅行業に係る消費者保護については、観光庁と消費者庁が連携して取り組んでいます。

観光庁では、旅行業法の適正な執行はもちろん、個別の課題についても旅行業者に対する指導や消費者への情報提供の充実等を図りながら、旅行業を巡る消費者保護の取組みを進めています。例えば、2009年７月に発生した北海道トムラウシ山でのツアー登山遭難事故を受け、観光庁では、ツアー登山の安全対策について、旅行業協会に対してツアー登山の広告に関するガイドラインの作成、ツアー登山実施マニュアル例の作成等を要請するとともに、旅行者に対してもツアー登山参加時の注意点等について周知徹底を図っています。

旅行業界においても旅行業協会を中心に、様々な消費者保護のための取組みが進められていますが、旅行業協会では旅行に関する苦情についても取り扱っており、2009年度の(社)日本旅行業協会における苦情・相談件数は3,025件、(社)全国旅行業協会における苦情・相談件数は830件となっています。具体的には、旅行者対応、取消料、手配にかかる条件変更などの苦情・相談の占める割合が多くなっています。

問い合わせ先

○観光庁観光産業課
電話 03-5253-8111（代）
○（社）日本旅行業協会
電話 03-3592-1271
○（社）全国旅行業協会
電話 03-5401-3600

(7) 販売業者による安全情報提供の促進

小売業者は、販売する商品や提供するサービスに関し、消費者からクレーム等を直接受けており、その中には、消費者の安全に関する情報を有するケースがあります。この安全に関する情報の早期把握は、危害の発生・拡大を防止するために重要です。このため、小売業者は、消費者からのクレーム等から得た安全に関する情報を製造業者、消費者及び行政にフィードバックする等の責務を果たすことが必要と考えられます。

製品事故に係る情報の提供について

小売業者は、消費者の安全の確保を目的として、その小売り販売に係る消費生活用製品について生じた製品事故に関する情報を収集し、当該情報を一般消費者に対し適切に提供するよう努めなければなりません。（消費生活用製品安全法第34条第１項）

加えて、その小売販売に係る消費生活用製品安全法について重大製品事故（注）が生じたことを知ったときは、その旨を当該消費生活用製品の製造事業者又は輸入事業者に通知するよう努めなければなりません。（消費生活用製品安全法第34条第２項）

さらに、重大製品事故以外の事故情報に関しては、独立法人製品評価技術基盤機構（39ページ参照）へ安全に関する情報を報告することが期待されます。

(注)重大製品事故とは、製品事故のうち、危害が重大なものであり、具体的には、死亡事故、重傷病事故、後遺障害事故、一酸化炭素中毒事故、火災のことを指します。

問い合わせ先

○経済産業省商務情報政策局製品安全課
電話 03-3501-1511（代）

（8）計量法

消費者が安心をして買い物をするためには、正しい計量や量の表示による公平・公正な取引が欠かせません。また、例えば大気中の汚染物質の濃度を正確に測ることが出来なければ、我々の生活環境の安全・安心が脅かされることになります。このように国民生活に深く浸透し、経済社会の基盤をなす計量については、計量法により取引・証明における正確性が確保されており、主に以下のような制度から構成されています。

① 計量単位の統一

計量の基準を定める単位として、国内で使用する計量単位（m、ｋｇ、ｓ（秒）、℃など）を国際単位系（ＳＩ＝Le Systeme international d’unites）を基に統一（法定計量単位）し、計量器や取引・証明行為における法定計量単位以外の使用を禁止しています。

② 適正な計量器の使用（特定計量器の検定制度）

取引・証明で使用される計量器のうち、特に適正な計量の実施を確保する必要がある計量器（特定計量器：タクシーメーター、はかり、水道メーター等）については、経済産業大臣、都道府県、指定検定機関等の公的機関の行う検定に合格したもの以外の使用を禁止しています。

③ 密封した特定商品の正確な計量（商品量目）

密封した特定商品（肉、飲料、洗剤等）の販売者に、商品ごとに定められた許容誤差（例えば、100ｇに対しては－２ｇまで）を超えないように計量し、内容量を表記することを義務付けています。

④ 正確な計量の結果の確保（計量証明事業）

計量証明事業者は、産業廃棄物の質量、環境汚染物質（ＮＯｘ、ＳＯｘなど）の濃度などの測定結果を公に証明し、証明書を発行しています。計量証明事業者には、計量証明に使用する計量器の性能や従事者などの要件があり、かつ都道府県知事に対し登録する必要があります。また証明書にも一定の記載事項が義務づけられており、これらにより測定結果の信頼性が確保されています。

⑤ 計量の「ものさし」による計量器の校正

校正事業者（ＪＣＳＳ登録事業者）は、計量器の精度（不確かさ）を公に証明しています。具体的には、校正した計量器がその原点である国家計量標準（いわば計量の「ものさし」）をもとに何段階かの校正を経ていることを示し、校正の正確性が確保されていることを公に証明するものです。これにより、当該校正を受けた計量器による計量結果の信頼性が担保されることとなります。

問い合わせ先

○経済産業省産業技術環境局知的基盤課/計量行政室
電話 03-3501-1511（代）

［12］公正かつ自由な競争の促進

１．私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）

独占禁止法は、私的独占、不当な取引制限（カルテル・入札談合）及び不公正な取引方法を禁止し、事業支配力の過度の集中を防止することによって公正かつ自由な競争を促進し、一般消費者の利益を確保することを目的として1947年に制定されました。公正取引委員会は、消費者の選択の幅を広げ、消費生活を豊かにするとの見地から、独占禁止法の的確な運用を図っています。これにより、市場メカニズムがより健全に機能し良質で安価な商品やサービスが事業者から消費者に供給されるようになり、消費者の利益が確保されることになります。

公正取引委員会では、一般消費者からの申告等に基づいて独占禁止法違反事件の審査を行い、独占禁止法違反行為を排除するため、排除措置命令等の措置を採っています。2009年度は26件の法的措置を採り、総額約360億円の課徴金を課しています。また、1990年度以降、2009年度末までに、13件の刑事告発を行っています。

このように、公正取引委員会は独占禁止法に基づき商品又はサービスの価格の引上げや過小供給等により消費者に不利益を与えるカルテル・談合の摘発を行っているほか、競争制限的な企業結合に対する審査を行っているところ、2009年度には、違反行為に対する法的措置等により、少なくとも、約2239億円（注）の消費者の利益が保護されたと推計されます。

（注）　公正取引委員会が、2009年度にカルテル・談合に対して講じた22件の法的措置によって保護された消費者利益の推計値は約1204億円であり、また、企業結合審査の結果、当事会社から競争上の懸念を解消する問題解消措置が提案された４件の企業結合審査事案の処理によって保護された消費者利益の推計値は約1035億円です。

2005年と2009年に行われた独占禁止法の改正は、主に独占禁止法に違反する行為に対する抑止力を強化することを目的として行われたものです。例えば、消費者が購入する商品やサービスの価格を吊り上げることとなる不当な取引制限に対する課徴金算定率を引き上げたほか、カルテル・入札談合の早期発見、解明の容易化を図るために、違反行為を報告した事業者に対する課徴金を減免する制度を導入しました。そのほかにも、課徴金の対象となる違反行為類型に私的独占や優越的地位の濫用を追加するなど、違反行為に対する抑止力の確保を図っています。

問い合わせ先

○公正取引委員会事務総局官房総務課
　電話 03-3581-5471（代）

２．著作物再販適用除外制度

ある商品のメーカー等がその商品の取引先である卸売業者や小売業者に対して、転売する価格（再販売価格）を指示し、これを守らせること（いわゆる定価販売を義務付けること）は、原則として、独占禁止法第２条第９項第４号（再販売価格の拘束）に該当し、同法第19条（不公正な取引方法の禁止）に違反することとなりますが、同法第23条第４項の規定に基づき、著作物（書籍、雑誌、新聞、レコード盤、音楽用テープ及び音楽用ＣＤの６品目）については、例外的に同法の適用が除外されています。これが著作物再販適用除外制度です（ただし、消費生活協同組合法に基づいて設立された生協など、独占禁止法第23条第５項に掲げる法律の規定に基づいて設立された団体に対して行う再販売価格の拘束については、独占禁止法の適用は除外されません。）。

著作物については、この著作物再販適用除外制度に基づき、事業者間で再販売価格維持契約を締結することにより、定価販売が行われている商品が多いようですが、再販売価格維持契約を締結して再販売価格の拘束（定価販売の義務付け）を行うか否かは著作物を発行する事業者が個々の判断で自由に行うものであり、独占禁止法により著作物の定価販売が義務付けられているわけではありません。したがって、著作物を発行する事業者が再販売価格維持契約を締結せず、卸売業者や小売業者に自由に販売価格を決定させることも可能です。

公正取引委員会は、再販売価格維持契約の運用の弾力化等の取組によって、消費者利益の向上が図られるよう、関係業界に対し、非再販商品の発行・流通の拡大、各種割引制度の導入等による価格設定の多様化等の方策を一層推進することを提案し、その実施を要請しているところです。

なお、公正取引委員会は、著作物再販適用除外制度を廃止した場合の影響等について、関係業界と対話を行うとともに、国民各層から意見を求めるなどして検討を行い、平成13年３月、「競争政策の観点からは同制度を廃止し、著作物の流通において競争が促進されるべきであると考える。しかしながら、同制度が廃止されると、文化・公共面での影響が生じるおそれがあるとし、同制度の廃止に反対する意見も多く、なお同制度の廃止について国民的合意が形成されるに至っていない状況にある。したがって、当面同制度を存置することが相当である。」との検討結果を公表しています。

問い合わせ先

○公正取引委員会事務総局経済取引局取引部取引企画課
　電話 03-3581-5471（代）

[13] 国際的な連携の確保のための枠組み

(1) コーデックス委員会

コーデックス委員会（Codex Alimentarius Commission）は、1963年に、消費者の健康の保護、食品の公正な取引の確保等を目的として、ＦＡＯ（国連食糧農業機関）とＷＨＯ（世界保健機関）により設置された国際的な政府間組織です。国際食品規格（コーデックス規格）の策定等を行っており、我が国は1966年に加盟しました。

事務局はＦＡＯ本部（ローマ）にあり、2010年１月現在、182カ国１機関（欧州連合）が加盟しています。組織は、食品の規格等の最終的な決定を行う総会のほか、その総会に対して各種勧告等を行う執行委員会や、個別の課題について検討を行う下部機関（一般問題部会、個別食品部会、特別部会、地域調整部会）から構成されています。

コーデックス委員会は、科学的根拠に基づいた規格の策定を行うこととしており、世界各国の食品関係分野の専門家が参加し、食品中の化学物質等の安全性評価を行う国際的な専門家会合とも連携しながら、食品中の重金属、カビ毒等の汚染物質、残留農薬、食品添加物の基準値、遺伝子組換え食品の安全性評価に関するガイドラインや個別食品の規格等、数多くの規格の検討が行われています。

コーデックス規格は、我が国における食品中の汚染物質等に関する基準や行動規範の策定など、食品のリスク管理に大きな影響を及ぼすものであることから、我が国では、厚生労働省、農林水産省、さらに2009年９月より消費者庁を含めた関係行政機関や研究機関などが連携しながらコーデックス委員会の活動に積極的に参画しています。我が国は部会や関連作業部会の議長国を引き受けるという形でもコーデックス規格の策定に貢献している他、2007年から執行委員会のメンバーとしてコーデックスの運営管理にも関わっています。国内では、コーデックス委員会の活動についてコーデックス連絡協議会（厚生労働省及び農林水産省共催）を開催し、消費者をはじめとした関係者との意見交換等を行っています。さらに、厚生労働省及び農林水産省のホームページを通してコーデックスに関する情報提供を行なっています。

問い合わせ先

○文部科学省科学技術・学術政策局政策課資源室
　電話 03-5253-4111（代）
○消費者庁食品表示課
　電話 03-3507-8800（代）
○厚生労働省医薬食品局食品安全部企画情報課国際食品室
　電話 03-5253-1111（代）
　ホームページhttp://www.mhlw.go.jp/topics/idenshi/codex/index.html
○農林水産省消費・安全局消費・安全政策課
　電話 03-3502-8111（代）
　ホームページ http://www.maff.go.jp/j/syouan/kijun/codex/index.html

(2) ＯＥＣＤ／ＣＣＰ（消費者政策委員会）

① 経緯及び概要

ＯＥＣＤ消費者政策委員会（ＣＣＰ：Committee on Consumer Policy）は、消費者政策に関する加盟国間の情報及び経験の交換、討議並びに協力の推進を目的として、1969年にＯＥＣＤに設置され、本会合は通常年２回開催されています（日本は副議長）。活動は、Consumers International（国際消費者機構）、Business and Industry Advisory Committee（経済産業諮問委員会）等にも密に相談し、進められています。

② 活動の概要

１）我が国関係法律（特定商取引に関する法律、不当景品類及び不当表示防止法及び特定電子メールの送信の適正化に関する法律等）や民間によるガイドライン整備の際に参考にされている次の２つのガイドライン等が作成されています。

ア）「電子商取引に係る消費者保護ガイドライン」が、1999年にＯＥＣＤ勧告として採択されました。消費者がオンライン上の買い物を行う場合において、地元店舗やカタログ注文で購入する場合と同じように保護されることを目的としています。2003年には、各国における当該ガイドラインの実施状況に関する報告書が取りまとめられました。

イ）「国境を越えた詐欺的及び欺瞞的行為から消費者を保護するためのガイドライン」が、2003年にＯＥＣＤ勧告として採択されました。国境を越えた商取引による消費者被害に関し、消費者保護法制の執行機関による円滑な取締りと被害救済を目的としています。2006年には、各国における当該ガイドラインの実施状況に関する報告書が取りまとめられました。

２）消費者政策体制に関する調査の一環として、2005年に詐欺行為に関する情報キャンペーンに関する報告書、2006年に法執行体制の効果に関する報告書をとりまとめました。

３）新技術及び新興事業に関する作業として、スパム（迷惑メール）対策に関し、情報通信コンピューター政策委員会（ＩＣＣＰ）と共同で2006年に、推奨される政策や手段をまとめたスパム対策ツールキット報告書をとりまとめ、「スパム対策に関するＯＥＣＤ勧告」が採択されました。モバイルコマース（携帯電話関係の取引）については、2007年１月に各国の調査報告書が取りまとめられました。

４）2007年には、国境を越えた取引を含む、事業者との取引から生じた消費者の経済的損害についての紛争解決、救済を図る仕組みの共通原則を提示する「消費者の紛争解決及び救済に関するＯＥＣＤ理事会勧告」が採択されました。

５）消費者の自立のための消費者教育上の対応集として、2009年には「消費者教育に関するＯＥＣＤ・ＣＣＰ勧告」が採択されています。

※上記原文資料は、ＯＥＣＤのウェブサイト
（http://www.oecd.org/department/0,2688,en_2649_34267_1_1_1_1_1,00.html）
からダウンロードすることができます。）

（3）ＩＣＰＥＮ（消費者保護及び執行のための国際ネットワーク）

ＩＣＰＥＮは、1992年にロンドンで開催されたＯＥＣＤ／ＣＣＰアドホック会合により設立された、関係国における消費者行政の法執行当局をメンバーとする非公式会合です。国境を越えた不正な取引行為を防止するための取組を促進することを目的としています。なお、2003年４月に、ＩＭＳＮ：International Marketing Supervision NetworkからＩ Ｃ Ｐ Ｅ Ｎ：International Consumer Protection and Enforcement Networkへと名称変更が行われました。

ＩＣＰＥＮにおいては、国境を越えたオンライン関連取引に関し、消費者に役立つ情報提供及び参加国の執行機関が一般消費者から苦情情報の収集を行うeConsumer.govプロジェクト、世界一斉にウェブの監視を行うインターネット・スウィープ、詐欺防止月間キャンペーン等の共同プロジェクトに取り組んでいます。

（4）日中韓消費者政策協議会

①　経緯及び概要

2001年以来、国民生活センターと韓国消費者保護院により２回開催されていた「日韓消費者フォーラム」を発展的に解消し、2004年９月に、日中韓の消費者政策当局等による第１回協議会が韓国主催で開催されました。そして、2006年９月に、第２回協議会が中国主催で開催され、第１回後の３国における活動の進展、協力のあり方等についての議論を経て、３当局間の消費者保護分野における協力関係の覚書案について基本合意し、2006年11月に署名を完了しました。

②　第３回協議会の開催

第３回協議会は、2009年３月に我が国主催で東京で開催され、日本からは消費者庁の設置に向けた動きの説明を行いました。その他、各国の消費者政策及び執行の状況や消費者問題についての情報交換を行いました。

問い合わせ先

○消費者庁企画課
　電話 03-3507-9164

（5）ＥＵ（欧州連合）における消費者行政

ＥＵ（欧州連合）では、消費者政策関連の指令の策定等、消費者政策の積極的な取組がなされています。

ＥＵでは、これまで、消費者政策の分野で、積極的な取組がなされてきました。特に、欧州単一市場形成の流れのなかで、消費者が単一市場に参加し、そこから利益を得ることができるよう、消費者支援を強化するための様々な施策が講じられてきました。これまでに、消費者政策関連のＥＣ指令として、「製造物責任に関する指令」（1985年、1999年改正）、「不公正な取引行為に関する指令」（2005年）等が策定されているほか、現在、訪問販売、遠隔地販売等の各種消費者保護関係の指令について見直し作業が進められています。

また、欧州委員会は、中期的な消費者政策の方向性を示す「消費者戦略」を従来から策定してきていますが、2007年には新たな「消費者政策戦略（2007－2013）」を採択しました。また、消費者政策の予算の枠組み等を定める「消費者保護プログラム2007－13」が2006年12月に理事会及び欧州議会により決定されています。

消費者教育の分野では、生徒向けの教材（「欧州消費者日記」）を発行しているほか、2006年６月には大人向けのホームページ「Dolceta」（www.dolceta.eu）が開設されています。

なお、2009年12月（東京）と2010年１月（ブリュッセル）には、日本政府と欧州委員会の間における消費者保護に関する今後の協力関係のあり方について、閣僚レベルでの意見交換が行われました。

問い合わせ先

○消費者庁企画課
　電話 03-3507-9164
○外務省経済局国際経済課
　電話 03-3580-3311（代）

（6）ＣＩ（国際消費者機構）

ＣＩ（Consumer International）は、2010年に創立50周年を迎えました。

1960年にアメリカ消費者同盟、イギリス消費者協会、オランダ消費者協会、ベルギー消費者協会、オーストラリア消費者協会の５団体を理事として創設された非営利、非政府系の消費者団体の国際連絡組織です。創設時の名称は、ＩＯＣＵ（International Organization of Consumers Unions）でしたが、1995年１月に現在のＣＩに変更されました。本部はイギリスのロンドン、地域事務局はマレーシアのクアラルンプール、チリのサンチアゴ、南アフリカのヨハネスブルグに設置されています。

現在、ケニア消費者情報ネットワーク最高責任者のサミュエル・オーチエン氏が会長を務めています（2011年まで）。

加盟団体数は、115カ国から約220団体（2008年10月現在）で、我が国では全国消費者団体連絡会が正会員として加盟し、日本消費者連盟、消費者法ニュース発行会議、特定非営利活動法人ＮＣＯＳが提携会員となっています。

創設当初は、主として商品テストを行う団体が加盟し、共同テストの企画や情報交換を行ってきました。しかし、その後、非営利で消費者利益のために活動する団体をすべて会員として受け入れるようになり、また国連との連携を強めることを通して、第三世界や中・東欧での消費者保護へと活動が拡大していきました。

現在では、あらゆる消費者問題の国際的フォーラムとして機能しており、またＥＣＯＳＯＣ（国連経済社会理事会）、ＷＨＯ（世界保健機関）、コーデックス委員会、ＩＳＯ（国際標準化機構）、ユネスコ、ユニセフ、ＷＴＯ（世界貿易機構）等において、消費者の利益を代表する活動を積極的に行っています。

1962年３月15日にアメリカのケネディ大統領（当時）が「消費者の権利・消費者の利益保護に関する特別教書」を発表したことを記念して、ＣＩは毎年３月15日を「世界消

費者権利の日」と定め、加盟団体に統一テーマによるキャンペーンの実施を呼びかけています。2010年のテーマは「私たちのお金、私たちの権利」でした。

また、ＣＩは４年に一度、加盟団体が一堂に会する世界大会を開催しています。2007年10月にはオーストラリアのシドニーで第18回大会を開催し、「企業の説明責任を求める」をメインテーマに、「持続可能な消費」「肥満の蔓延」「薬品の販売促進における倫理性」「消費者金融」の４つの柱に沿って報告などが行われました。第19回大会は2011年５月３日－６日に香港で開催される予定です。

ＣＩのホームページ（http://www.consumersinternational.org/）では、最新の活動状況のほか、会員団体のホームページへのリンク、年報・各種調査をはじめとする出版物等の情報を提供しています。

(7) ＩＳＯ（国際標準化機構）／ＣＯＰＯＬＣＯ（消費者政策委員会）
―国際標準化への対応―

商品の購入に際し、品質の内容は外観だけでは分からないのが通常であり、消費者が安心して品質の良い商品を入手できるように、品質の内容を具体的に規定し標準化する作業が進められてきました。このような標準化の整備を国内だけではなく、国際的に推進しようとする活動も活発になされています。

ＩＳＯ(国際標準化機構)は、約160カ国の標準化機関が参加している組織であり、国際的な物とサービスの貿易を促進し、知的、科学的、技術的及び経済的活動の分野での協力を発展させる観点から、世界での標準化及び関連活動の発展を促進する活動を行っています。ＩＳＯの対象範囲は、電気・電子・通信技術分野の標準化を除くすべての分野の標準化です。

ＷＴＯ/ＴＢＴ協定(貿易の技術的障害に関する協定)の発行に伴い、各国の国内規格はＩＳＯが制定している国際規格との整合性の確保が求められており、その重要性が益々高まっています。

ＣＯＰＯＬＣＯ(消費者政策委員会)は、ＩＳＯ理事会の下に設置された消費者政策に関する委員会であり、106カ国が参加し、消費者ニーズを標準化に反映させる方法や消費者の国内及び国際標準化活動への参加を促進させる方法の検討等を行っています。例えば、我が国の提案で検討が始められたＩＳＯ/ＩＥＣ政策宣言「標準化作業における高齢者・障害者ニーズの配慮」の作成を行ったほか、ＣＳＲ（企業の社会的責任)、サービスの標準化、苦情処理、裁判外紛争処理(ADR)、中古品のガイドなどのグローバル市場における消費者の保護等の国際規格化推進の勧告をＩＳＯ又はＩＥＣに対し行ってきています。この中で苦情処理については、日本において既に作成されていた「苦情対応マネジメントシステムの指針」をもとに議論が進められ、2004年にＩＳＯ10002(組織における苦情対応のための指針)が発行されました。また、2007年には、ＩＳＯ10001(組織における行動規範のための指針)及びＩＳＯ10003(組織の外部における紛争解決のための指針)がそれぞれ発行されています。また、ＩＳＯ/ＩＥＣガイド71「高齢者及び障害のある人々のニーズに対応した規格作成配慮指針」のように各国の規格作成に大きな影響を与える指針として取り入れられているものもあります。

問い合わせ先

○経済産業省産業技術環境局基準認証政策課
電話 03-3501-1511(代)

[14] 環境の保全への配慮

(1) 環境に関する表示

① エコマーク事業

エコマーク事業は、環境にやさしい社会の実現に向けて、商品の選択という側面から環境にやさしい生活様式（エコロジカル・ライフスタイル）を提案しようとするものです。

1）エコマーク事業の目的

いまや地球規模にまで拡大している環境問題。温室効果ガスの削減をはじめとする環境負荷の低減が急務となっており、持続可能な社会を構築するために、国民一人ひとりが環境への関心と理解を高め、具体的に行動することによって、ライフスタイルを環境負荷の少ないものに転換していくことが必要です。

エコマーク事業は、日常生活に伴う環境への負荷の低減などを通じて環境保全に役立つと認められる商品に「エコマーク」を付けることにより、商品の環境的側面に関する情報を広く社会に提供し、環境にやさしくありたいと願う消費者による商品の選択を促すことを目的としています。

2）エコマーク事業の概要

エコマーク事業は、(財) 日本環境協会が1989年２月から環境省と連携を図りつつ実施しています。商品の製造者等の申請に基づき、以下の要件のいずれかを満たす商品であって、厳格な認定審査を経た商品のみがエコマークを付けることができます。

ア）他の同様の商品と比較して、その商品の製造、使用、廃棄等による環境への負荷が相対的に少ないこと。

イ）その商品を利用することにより、他の原因から生ずる環境への負荷を低減することができるなど環境保全に寄与する効果が大きいこと。

エコマーク認定基準の策定にあたっては、資源採取から廃棄に至るまでのライフサイクル全体にわたる環境への負荷の考慮や、消費者・事業者・中立者の三者による公平な検討を行っています。

2010年３月末現在で、100%古紙のトイレットペーパー、再生ＰＥＴ樹脂を使用した衣料品など、43分野の約4,800商品がエコマーク商品に認定されています。

こうした環境保全に役立つ商品を推奨し、環境にやさしい生活を目指す取組は、ドイツやカナダをはじめとする諸外国でも行われています。第三者が認証を行う環境ラベル(ＩＳＯ14024タイプⅠ環境ラベル)のネットワーク「世界エコラベリング・ネットワーク(ＧＥＮ)」には、エコマーク事務局をはじめ、環境ラベルの運営機関28団体が参加し、国際的な協力を進めています。

ＯＥＣＤ、ＩＳＯなど国際機関においてもこうした環境ラベリング制度について議論が行われており、今後国際的な取組がさらに進むものと思われます。

問い合わせ先

○(財)日本環境協会エコマーク事務局
電話 03-5643-6255
ホームページ　http://www.ecomark.jp

② グリーンマーク事業

グリーンマークは、財団法人古紙再生促進センター（以下「古紙センター」）が所有する登録商標（下図参照）で、1981年５月に制定されました。以来、古紙センターは、広報宣伝活動の一環としてグリーンマークの普及を図っています。

紙の原料のほとんどは、木材と古紙ですが、資源の有効利用、環境保全などの観点から、古紙の利用を拡大し、紙のリサイクルを進めることが循環型経済社会構築の観点からも重要な課題となっています。また、紙のリサイクルは、古紙を分別回収に出すだけではなく、古紙利用製品を普及させることで初めて成り立ちます。そのためには、紙の再生利用の必要性を広く認識するとともに、古紙の回収や利用の促進を図るため、古紙利用製品を選ぶための指標が必要であると考えられます。そこで、古紙センターは、上記の趣旨に賛同する製造業者や販売業者などの古紙利用製品に対し、グリーンマークの表示を認めています。

グリーンマークを古紙利用の識別表示として使用するための基準は、古紙利用製品の原料に占める古紙利用割合が40%以上（ただし、トイレットペーパー、ちり紙については100%、新聞用紙、コピー用紙については50%以上）であることです。これらの基準は、品種ごとに古紙利用製品の実情に合わせてあまり無理のないところで設定されています。つまり、過度に古紙利用を促すのではなく、可能な範囲で少しでも古紙を利用してもらうことで古紙利用の底上げを図ることを目的としています。

制度の発足当時は、今と違って古紙利用製品に対する印象が必ずしもよいものではなかったことから、マークを通じて、製品に古紙を利用していることを公表することに協力がなかなか得られませんでした。しかし、リサイクルが社会の注目を浴び、古紙利用を謳った様々な製品が市場に出回るようになると、それに伴って、グリーンマークの表示件数も一挙に増加するようになりました。現在、グリーンマークは、紙や雑誌、新聞、トイレットペーパー、ちり紙、段ボール箱、学習帳、図書教材、事務用品などの紙製品のほか、ボード、緩衝材など紙以外の製品にも広く表示されています。(2010年３月末時点・表示承認数563)

紙のリサイクルが省資源、省エネルギー、地球環境の保護などに役立つことをご理解いただくとともに、紙のリサイクルを進めるため、これらの製品を積極的に使うように心掛けて下さい。

問い合わせ先

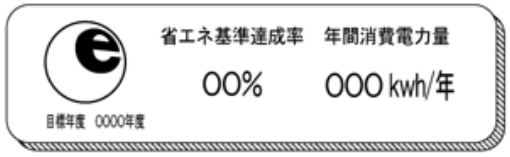
○(財)古紙再生促進センター
電話 03-3537-6822

③　省エネルギー情報提供事業

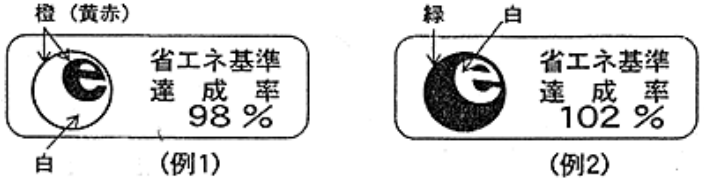
1）省エネルギーラベリング制度

省エネルギーラベリング制度は、省エネルギー性能に関する機器間の相対比較が可能となるもので、省エネルギー性能のより高い家電製品及びガス・石油機器等の普及に資するものです。本制度は、2000年８月にＪＩＳ規格として制定されました。

省エネルギーラベルは、ア）製品の省エネ性能に関する情報の所在を示すシンボルマーク（省エネ性マーク）、イ）機器間の省エネ性能の比較が可能となる省エネルギー基準（注）の達成率等により構成され、分かり易く省エネ性能の識別・比較が可能となるものです。本制度の対象となる機器は、エアコンディショナー、ジャー炊飯器、電子レンジ、照明器具、テレビジョン受信機、ＤＶＤレコーダー、電気冷蔵庫、電気冷凍庫、ストーブ、ガス調理機器、ガス温水機器、石油温水機器、電気便座、電子計算機、磁気ディスク装置、変圧器、ルーティング機器及びスイッチング機器の18種類の製品で、カタログを中心に表示されます。



なお、省エネルギー基準を達成した省エネルギー性能の優れた製品（省エネ基準達成率100%以上の製品）には、緑色のマーク（例２）が表示され、未達成の製品には橙色のマーク（例１）が表示されます。従って、緑色のマークが省エネ性能の優れた製品を選ぶときのひとつの目安となります。



（注）省エネルギー基準
「エネルギーの使用の合理化に関する法律」に定められた目標年度までに製造事業者等が達成すべき省エネルギー性能の目標基準値。

2）統一省エネラベル

統一省エネラベルは、機器単体のエネルギー消費量が大きく、省エネ性能のばらつきが大きい、エアコン、電気冷蔵庫、テレビ、電気便座及び照明器具（うち蛍光灯器具（家庭用））について、市場における製品の省エネ性能の高い順に５つ星から１つ星の５段階の星で表すものです。2006年10月から運用されています。エネルギー消費効率等をより身近なものとするため、一年間の目安電気料金に換算した表示もしています。

3）省エネ普及推進優良店制度

2003年度から、省エネルギー型製品の積極的な販売や省エネルギーに関する適切な情報提供を行っている販売事業者の取組を評価し、優秀な店舗を「省エネ型製品普及推進優良店」として認定する制度を実施していますので、家電製品を購入する際の参考にしていただきたいと思います。

問い合わせ先

○経済産業省資源エネルギー庁省エネルギー・新エネルギー部
省エネルギー対策課
電話 03-3501-1511（代）

④　国際エネルギースタープログラム

ＯＡ機器の待機時における消費電力を低減し、効率的なエネルギー使用を可能と

する製品の開発・普及促進を目的として、1995年10月から日米両国の間で実施されている省エネルギーマーク表示制度事業が「国際エネルギースタープログラム」です。

本プロクラムでは、「必要なエネルギーを必要な時に効率よく使う」という省エネルギーの観点から、スイッチを入れた状態で長時間稼働することの多いＯＡ機器の、待機時における消費電力の抑制を主眼としています。対象製品は、コンピュータ、ディスプレイ、プリンタ、ファクシミリ、複写機、スキャナ、複合機及びデジタル印刷機です。2010年６月末現在、日本でのＯＡ機器全種目の現行基準での登録累計は、約4,200モデルです

問い合わせ先

○(財)省エネルギーセンター国際エネルギースタープログラムプロジェクト室
電話 03-5543-3011（代）

○経済産業省資源エネルギー庁省エネルギー・新エネルギー部省エネルギー対策課
電話 03-3501-1511（代）

⑤ 建築環境総合性能評価システム

建築環境総合性能評価システム（ＣＡＳＢＥＥ：Comprehensive Assessment System for Built Environment Efficiency）は、住宅・建築物の居住性（室内環境）の向上と地球環境への負荷の低減等を、総合的な環境性能として一体的に評価を行い、評価結果を分かり易い指標として示すシステムです。2001年から進められた産学官共同プロジェクトにより開発されたもので、環境に配慮した設計を自己評価する際や、建築物の環境性能を比較する際に活用することができます。

1）ＣＡＳＢＥＥの目的

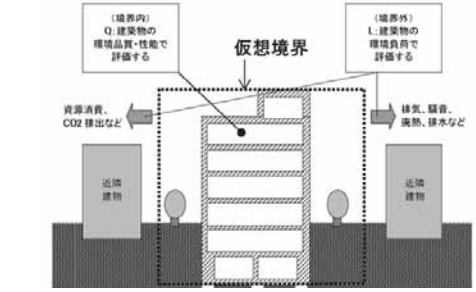
近年、地球温暖化問題や廃棄物問題が深刻化する中で、我が国のエネルギー消費において約３割を占める民生（業務/家庭）部門は、環境問題に対応する上で、

非常に大きな役割を担っています。このため、建築物の環境性能を向上させ、持続可能なものへと誘導していく必要があります。ＣＡＳＢＥＥは、(1)建築物の環境性能の向上を図ろうとしている建築主等に対して、その取り組みを評価する手段を提供し、かつ検証可能な共通の評価項目や目標値を提供するとともに、(2)評価結果の公表を通じて、建築主や設計者が環境性能に優れた建築物を整備するインセンティブを高めること等により、持続可能な社会の構築に向け、市場を通じて環境性能に優れた建築の整備を推進することを目的としています。

2）ＣＡＳＢＥＥの概要

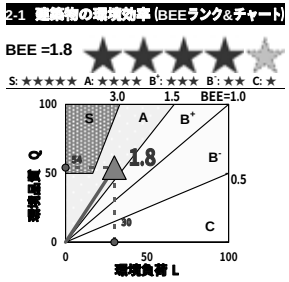
ＣＡＳＢＥＥは、「建築物の環境品質・性能※1」を「建築物の外部環境負荷※2」で除した数値（環境性能効率：Built Environment Efficiency）を評価指標としています。この結果、より小さな環境負荷で、より大きな環境品質・性能を実現させる建築物ほど評価が高くなります。 また、建物の建設から運用・解体廃棄に至るまでのライフサイクルでのＣＯ２の排出量削減効果についても評価を行っており、2010年版の改訂においては、その効果をより明確に示すため、環境性能効率と並行してライフサイクルでのＣＯ２の排出量削減効果についても星印で５段階評価を行うなどわかりやすく表示しています。

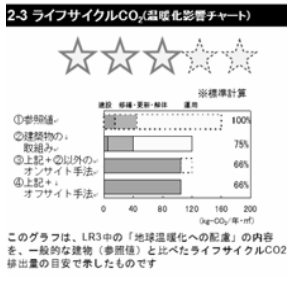
【ＣＡＳＢＥＥのイメージ】



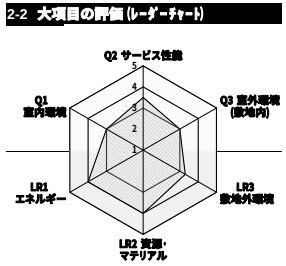
$$環境性能効率(BEE)=\frac{Q(建築物の環境品質・性能)}{L(建築物の外部環境負荷)}$$

【評価結果のイメージ】





このグラフは、LR3中の「地球温暖化への配慮」の内容を、一般的な建物（参照値）と比べたライフサイクルCO2排出量の目安で表したものです



※１　建築物の環境品質・性能
　音、温熱、光といった建築物の室内環境や、耐震性や耐用年数といった建築物のサービス性能などの総合評価。項目ごとに５段階で評点をつけ、重要度に応じて重み付けを行って、数値化したものです。
※２　建築物の外部環境負荷
　エネルギーや資源消費など地球環境に与える負荷や騒音、排水など建物が敷地外に与える影響などの総合評価。項目ごとに５段階で評点をつけ、重要度に応じて重み付けを行って、数値化したものです。

３）ＣＡＳＢＥＥの充実

ＣＡＳＢＥＥは、ライフサイクルを通じた評価が環境性能に優れた建築ストックの形成に必要不可欠であるとの観点から、ライフサイクルを通じての評価が可能となるように、新築、既存建築物、改修のそれぞれの評価ツールが既に開発されています。

また、ヒートアイランド対策やまちづくり、戸建住宅の評価ツールが開発されたほか、企画段階での環境性能の評価ツールも開発中です。

４）ＣＡＳＢＥＥの活用

第三者による評価結果の認証や地方公共団体におけるＣＡＳＢＥＥを活用した環境計画書の届出の義務付けが始まるなどＣＡＳＢＥＥを活用するための環境が整いつつあります。

ア）建築環境総合性能評価（ＣＡＳＢＥＥ）認証制度

ＣＡＳＢＥＥによる評価結果を第三者に提供する場合には、その信頼性と透明性の確保が重要となります。このため、2004年７月に、(財）建築環境・省エネルギー機構による評価結果の認証制度が開始され、愛知万博日本政府館など105件が認証されています（2010年３月現在)。

イ）ＣＡＳＢＥＥ評価員登録制度

ＣＡＳＢＥＥを活用するにあたっては、建築に関する総合的な専門知識と技術を必要とすることから、2004年７月に、(財）建築環境・省エネルギー機構により評価を実施する評価員を養成するための講習及び登録制度が開始され、ＣＡＳＢＥＥ建築評価員3,824名（2010年４月現在)、ＣＡＳＢＥＥ戸建評価員4,049名（2010年３月現在）が登録されています。

ウ）地方公共団体の取組

地方公共団体の建築行政においてもＣＡＳＢＥＥを活用する動きが広がっており、８都道府県（京都府、大阪府、兵庫県、静岡県、埼玉県、愛知県、神奈川県、鳥取県)、13政令市（名古屋市、大阪市、横浜市、京都市、神戸市、川崎市、福岡市、札幌市、北九州市、さいたま市、千葉市、新潟市、広島市）において、一定規模以上の建築物についてＣＡＳＢＥＥを活用した環境計画書の届出制度が導入されています。

また、ＣＡＳＢＥＥによる評価結果を、容積率の緩和や補助などの優遇措置の要件にする、評価結果をマンション広告に表示することを義務づけるなど、より積極的な取組も始まっています。

問い合わせ先

○国土交通省住宅局住宅生産課
　電話　03―5253―8111（代）
○(財)建築環境・省エネルギー機構
　電話　03―3222―6681（代）
　ホームページ　http://www.ibec.or.jp

⑥　グリーン購入ネットワーク

環境への負荷の少ない商品・サービスの購入・調達（グリーン購入・グリーン調達）の取組をより一層促進するとともに、大口消費者であり社会的責任も有する地方自治体や企業が率先して取り組み、さらに一般消費者にも広げるような動きを作るために、企業・行政・消費者団体等による緩やかなネットワーク組織「グリーン購入ネットワーク」が1996年２月に設立されました。2010年２月現在、会員は2,966団体（企業2,424・行政265・民間団体277）となっています。

１）活動状況

理事会（51名、2010年５月現在）を運営主体とし、ガイドライン・データベースの作成、普及・広報活動の企画等にそれぞれ取り組んでいます。1996年11月に決定されたグリーン購入基本原則は、製品ライフサイクルの考慮等、グリーン購入を推進するための基本的な考え方を示していますが、グリーン購入の定義、購入の際の必要性の考慮及び事業者の取組等を明文化して、2001年６月に改定されました。また、「印刷情報用紙」、「ＯＡ・情報機器」、「文具・事務用品」、「照明」、「自動車」、「家電製品」、「オフィス家具」、「衣服」、「食品」等についての17の購入ガイドラインを策定し、購入ガイドラインに基づいた、グリーン購入のためのＧＰＮデータベース「エコ商品ねっと」を運営しています。これらの情報は、ホームページで閲覧することができます。

２）グリーン購入と基本原則

現在の大量生産・大量消費・大量廃棄型の経済社会システムとそこから産み出される製品やサービス（以下、製品）は、私たちに物質的に豊かで便利な生活をもたらしましたが、同時に、地球温暖化、オゾン層の破壊、砂漠化、生態系の破壊、資源の枯渇、大気・水・土壌の汚染、増大する廃棄物など深刻な環境問題をもたらしました。私たちは、使い捨て型の社会や製品のあり方を根本から見直し、持続可能な循環型社会を構築していかなければなりません。

そこで、私たち購入者は必要性を十分に考えた購入を心掛け、環境に与える負荷ができるだけ小さい製品の優先的購入を進める必要があります。

本ネットワークは、グリーン購入が環境配慮型製品の市場形成に重要な役割を果たし、市場を通じて環境配慮型製品の開発を促進し、ひいては持続可能な社会の構築に資する極めて有効な手段であるという認識のもとに、わが国におけるグリーン購入の取組を促進することを目的としています。

私たち本ネットワークの会員は、購入者としての責任と影響力を認識し、事業活動や生活の中で積極的にグリーン購入に取り組みます。

本ネットワークでは、グリーン購入を自主的かつ積極的に進めようとするさまざまな個人や組織の役に立つよう、グリーン購入の基本的な考え方を基本原則として４項目にまとめています。

問い合わせ先

○グリーン購入ネットワーク事務局
電話 03-5642-2030
ホームページ http://www.gpn.jp/

（2）消費者啓発及び教育の充実と関係主体間のネットワーク化

① 地球温暖化防止国民運動「チャレンジ25キャンペーン」の推進

地球温暖化という人類の生存に関わる脅威に対して、世界が立ち向かおうとしています。 2009年９月、鳩山元総理大臣が国連気候変動サミットにおいて、我が国の目標として、すべての主要国による公平かつ実効的な枠組みの意欲的な目標への合意を前提として、温室効果ガス排出量を2020年までに1990年比で25%削減することを表明したことを受け、2010年１月より地球温暖化防止のための国民運動「チャレンジ25キャンペーン」を新たに展開しています。「チャレンジ25キャンペーン」では、オフィスや家庭などにおいて実践できるCO_2削減に向けた具体的な行動を「６つのチャレンジ」として提案し、その行動の実践を広く呼びかけています。

■６つのチャレンジ

チャレンジ１：エコな生活スタイルを選択しよう
たとえば、クールビズ、公共交通機関の積極的な利用、マイバッグ・マイボトル… etc。ご自身でできるエコアクションを実践しよう。

チャレンジ２：省エネ製品を選択しよう
購入時に迷ったときは、より「エネルギー効率の高い製品」を選択しよう。

チャレンジ３：自然を利用したエネルギーを選択しよう
太陽。風。水。　自然界に存在する力を利用しよう。

チャレンジ４：ビル・住宅のエコ化を選択しよう
新築時やリフォーム時に住宅の外壁などを高断熱構造にしたり、窓を複層ガラスにするなどのエコリフォームをすることで温暖化防止を図ろう。

チャレンジ５：CO_2削減につながる取組を応援しよう
カーボンオフセットやカーボンフットプリントなど、温暖化防止のための取組を活用している商品やサービスを応援しよう。

チャレンジ６：地域で取組む温暖化防止活動に参加しよう
家族や地域、企業などの人たちとともに、温暖化防止活動に参加しよう。

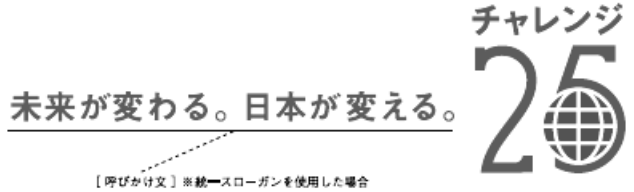
1）「チャレンジ25キャンペーン」について

「チャレンジ25キャンペーン」とは、地球温暖化防止のための「国民運動」の愛称です。地球温暖化は世界全体の問題であり、温室効果ガス排出量25%削減に向け、国民各界各層が力強く地球温暖化防止の実践に取り組み、挑戦の輪を拡げていくことをコンセプトにしたものです。

2）統一ロゴマークについて

地球温暖化防止のための国民運動「チャレンジ25キャンペーン」の推進に関し、行政、事業者、国民が一丸となって取り組むシンボルとして、統一ロゴマークが決定されました。

政府が行う地球温暖化防止に関する各種イベント、行事、広報活動等に活用するほか、チャレンジャーとしての登録をいただいた経済界、労働団体、自治体、ＮＰＯ・ＮＧＯ、企業、学校、個人等が、地球温暖化を推進する施策や活動、そして地球温暖化防止に関する情報提供や普及啓発を行う場合に、ポスター、パンフレット、社内報、ＣＭ、名刺、ホームページ等様々な媒体にこのマークを使用していただいております。また、スローガン「未来が変わる。日本が変える。」の他に、地球温暖化防止の推進を呼びかけ文であれば、個別の活動に応じて変化させることが可能です。ただし文中に個別製品名を入れることはできません。



3）「チャレンジ25キャンペーン」への参加方法

「チャレンジ25キャンペーン」のメンバーの登録窓口、情報交換の場として、専用ホームページを開設しています。エラー！ ハイパーリンクの参照に誤りがあります。http://www.challenge25.go.jp/index.html 個人の参加希望者は、「個人チャレンジャー登録サイト」(http://www.challenge25.go.jp/entry2/index.jsp)にアクセスし、画面に沿って申し込みを行うことで、簡単に登録することができます。

団体・企業として参加を希望の場合は、「企業・団体チャレンジャー登録サイト」のＵＲＬ（http://www.challenge25.go.jp/entry/index.jsp）にアクセスし、所定の手続きを経て参加登録をいただくことで、ロゴマークを使用することができます。これは地球温暖化防止を推進する施策や活動、地球温暖化防止に関する情報提供・普及啓発に資する活動をを行う際に活用できます。

＜チャレンジ25キャンペーンの特設サイト＞

問い合わせ先

○環境省地球環境局地球温暖化対策課国民生活対策室
　電話 03-3581-3351（代）
　ホームページ　http://www.env.go.jp/earth/
○「チャレンジ25キャンペーン」運営事務局
　電話 03-6441-4645

②　循環型社会に向けた３Ｒの普及啓発

私たちの社会は経済の成長に伴い物質的には非常に豊かになり、社会にはモノがあふれています。こうした大量生産・大量消費・大量廃棄型の社会経済システムにおいては大量の資源を消費し、製品を使用した後には大量の廃棄物が発生します。このような社会経済システムを環境と経済を統合した持続可能なものへと見直し、廃棄物等の発生抑制と適正な循環的利用・処分により、天然資源の消費を抑制し、環境への負荷ができる限り低減される循環型社会を形成することが急務となっています。

2000年に成立した循環型社会形成推進基本法では、廃棄物・リサイクル対策の優先順位を明確に示しています。具体的には第一に廃棄物の発生を抑制し、第二に廃棄物を再使用し、第三に再生利用し、第四に熱回収を行い、最後にどうしても循環的利用のできない廃棄物を適正処分することとしています。循環型社会の形成のためには、こうした廃棄物等の発生抑制（Reduce）、再使用（Reuse）、再生利用（Recycle）といういわゆる３Ｒを推進することが重要です。

日本には昔から、限られた資源を無駄にせず、効率的に活用する「もったいない」という考え方があります。この考え方を改めて根付かせ、３Ｒの活動を通じた循環型社会の形成に向けた取組を行うことが必要になっています。

３Ｒの取組を広く一般に広めるために、関係省庁では３Ｒに関するイベントやポスターコンクール、ホームページの開設、パンフレットの作成などの様々な普及啓発活動を行い、３Ｒへの国民の参加を呼びかけています。

＜３Ｒ推進のための国民参加を求めるイベント等＞

行事等の名称	開催時期	行事等の概要
ごみ減量・リサイクル推進週間（環境省）	6月上旬	都道府県及び市町村等が、地域の実情に応じて、広報誌等や研修会、廃棄物処理施設等の見学による普及啓発、ごみの集団回収、古物市（フリーマーケット）の開催等を行う。
環境衛生週間（環境省）	9月下旬	国、都道府県、市町村等が中心となって、関係団体等の協力の下、廃棄物の適正な循環的利用及び処分の推進、清掃の徹底・清潔の保持、ごみの散乱防止、公衆便所及び公衆ごみ容器の清潔の保存、浄化槽の適正な管理の推進並びに合併処理浄化槽の普及促進に関する各種啓発運動を総合的に推進する。
３Ｒ推進月間（経済産業省、環境省など３Ｒ関係８省府）	10月	国民に対して３Ｒの推進についての理解と協力を求めるため、環境省をはじめとした３Ｒ関係８府省、地方公共団体、関係団体が様々な取組、行事を行う。 具体的には、以下のとおり「環境にやさしい買い物キャンペーン」や「３Ｒ推進全国大会」を実施したり、ポスター等を利用したＰＲ活動や、３Ｒの推進に貢献している個人、グループ、学校、事業所等の表彰（内閣総理大臣賞、関係８府省大臣賞など）等を行い、３Ｒ事業の促進と意識の高揚を図る。
環境にやさしい買い物キャンペーン（環境省、経済産業省）	10月	全国都道府県、３Ｒ活動推進フォーラムと共同で、マイバックの持参など「買い物」における３Ｒ行動の実践を呼びかける。
３Ｒ推進全国大会（環境省）	10月	循環型社会形成の推進に貢献している個人、団体、企業を環境大臣が表彰するとともに、国、地方公共団体、事業者、国民それぞれの適切な役割分担による３Ｒの推進のための各種フォーラムや、啓発のための３Ｒ推進ポスターコンクール表彰など様々なイベントを行う。
Re-style ホームページ http://www.re-style.jp/		ＷＥＢマガジンにより、循環型社会におけるライフスタイル等に関する情報を発信し、身近な話題から循環型社会を考えるきっかけを提供する。

問い合わせ先

○環境省大臣官房廃棄物・リサイクル対策部企画課循環型社会推進室
電話 03-3581-3351（代）

③ 家庭生活における環境保全の取組支援

我が家の環境大臣事業では、家庭を中心に身近な生活に着目した環境保全の取組に対する情報提供を行っています。

本事業では、ウェブサイトを通じて環境に優しい活動をすることを宣言する家庭を「エコファミリー」として、その家庭の代表者を「我が家の環境大臣」として募集・登録しています。ウェブサイト上では、エコライフに関するコラムやエコライフアイデアのほか、毎月の電気・ガス・水道等の使用量を記録し、二酸化炭素排出量等をグラフで表示する機能を提供しています。この機能により、自分の家庭から排出される二酸化炭素量の状況を知り、環境に配慮した生活を送ることを目的としています。

また、企業や地域の仲間等、団体での参加も募集・登録しており、登録すると、団体メンバーの各家庭での記録を自動集計する機能により、団体全体の二酸化炭素排出量が表示されます。今後さらに団体に対する支援内容等の充実を図り、環境に配慮した生活を推進していくこととしています。

（エコファミリーウェブサイト：http://www.env.go.jp/policy/wagaya/）

問い合わせ先

○リトルスタジオインク株式会社 我が家の環境大臣事業事務局
電話 03-5784-2782
ホームページ http://www.env.go.jp/policy/wagaya/index.html

④ 環境カウンセラーの人材情報提供

環境カウンセラーの中には、消費行動と環境の関わりについて助言、指導できる方が多く登録されていますが、それらの人材情報を広く提供します。

環境カウンセラーは、市民活動や事業活動の中で環境保全に関する専門知識や豊富な経験を有し、その知見や経験に基づき市民やＮＧＯ、事業者などの環境保全活動に対する助言など（＝環境カウンセリング）を行う人材として、環境省の行う審査を経て登録された方々です。事業者を対象とした環境カウンセリングを行う「事業者部門」と市民や市民団体を対象とした環境カウンセリングを行う「市民部門」に区別されています。また、多くの環境カウンセラーが、環境カウンセリングを行うだけでなく、自ら積極的に環境保全活動を行ったり、市民、事業者、行政の間のパートナーシップ作りを行うなど、様々な活動を行っています。2010年３月現在、4,599名が登録されています。

各環境カウンセラーは、環境問題の様々な分野についての専門的な知見・経験を有しており、消費行動と環境の関わりについて助言、指導できる方も多くいます。ホームページで専門分野ごとの環境カウンセラーを検索できる機能

（http://www.env.go.jp/policy/counsel/index.html）があり、2006年４月現在、583名の方が、消費者教育を専門として登録されています。また、全国の各地域に環境カウンセラーにより組織されている協会等があり、環境カウンセラーの紹介も行っています（http://www.env.go.jp/policy/counsel/03-1.html）。

問い合わせ先

○環境省総合環境政策局環境教育推進室
電話 03-3581-3351（代）
ホームページ http://www.env.go.jp/policy/counsel/

（3）消費者に身近な化学製品に関する危険有害性情報の提供と理解の促進

化学製品は、私たちの生活を豊かにし、また生活の質の維持向上に欠かせないものとなっている一方で、使い方によっては人の健康や動植物、生態系に悪影響を及ぼすおそれがあります。

このため、消費者が身近な化学製品に対する正しい理解をもって適正に利用できるよう、化学製品やそこに含まれている化学物質の種類、量、性質のほか、それらがどのように人の健康や動植物、生態系に悪影響を及ぼすおそれがあるのかといった情報を分かりやすく正確に提供することが重要です。あわせて、消費者の身近な化学製品に関する危険有害性情報の理解を促進するための取組を進めることも必要です。

① 身近な化学製品に含まれている化学物質に関する情報の提供

環境省では、専門的で分かりにくい化学物質について、その用途、環境中での挙動、人や動植物、生態系への影響等の情報を分かりやすく整理し、専門家以外の方にもよく理解していただけるよう簡潔にまとめた「化学物質ファクトシート」を、毎年度50物質程度ずつ作成し、公表しています。また、ホームページ上では、家庭用品・自動車部品・建材、塗料・接着剤・インキ・染料等の身近な用途ごとに検索して、該当する化学物質のファクトシートを入手することができます。

（http://www.env.go.jp/chemi/communication/factsheet.html）

さらに、家庭や自動車等の身近なところから排出される化学物質について、市民が自らの生活と関連付けて考え、一人一人ができる環境リスクの低減のための取組について考えるきっかけとなるよう、子どもにも親しみやすい小冊子「かんたん化学物質ガイド」を作成するとともに、「かんたん化学物質ガイド」の内容を音声・動画付きで再構成し、更にクイズやゲーム機能を加え、パソコン上でこれらの内容を学べるようにしたｅ-ラーニング版も公表しています。

（http://www.env.go.jp/chemi/communication/）

② ＰＲＴＲ（化学物質排出・移動量届出：Pollutant Release and Transfer Register）制度に係る取組

ＰＲＴＲ制度の導入により、有害なおそれのある化学物質について、事業者は環

境への排出量、下水道への又は廃棄物に含まれての移動量の届出を行い、国はその集計結果及び届出対象外の排出量の推計結果を公表することとなっています。また、事業者から届け出られた個別事業所ごとの排出量・移動量の情報についても、ホームページ上で公表しています。

この制度が十分に活かされるためには市民が事業者から届け出された化学物質の排出量等（ＰＲＴＲデータ）への関心を高め、データを活用することが大きな力となります。

環境省では、ＰＲＴＲデータを広く一般の方にも御理解･御活用いただけるよう、ＰＲＴＲデータについて分かりやすく解説したガイドブック「ＰＲＴＲデータを読み解くための市民ガイドブック　化学物質による環境リスクを減らすために」を毎年作成しています。（http://www.env.go.jp/chemi/prtr/archive/guidebook.html）

③　情報提供を推進する人材の育成・派遣

環境省では、消費者に身近な化学物質のリスク情報等について消費者に分かりやすく説明したり、消費者と事業者等との間でのリスクコミュニケーションの場に中立的な立場で同席し、化学物質に関する客観的な情報提供やアドバイスを行う人材「化学物質アドバイザー」の育成や登録、派遣を行っています。市民、企業、行政からの要請に応じて、「化学物質アドバイザー」を派遣することで、「化学物質」や「化学物質による環境リスク」に関する疑問に分かりやすく答えたり、関連する情報を提供したりしています。

（http://www.env.go.jp/chemi/communication/taiwa/index.html）

問い合わせ先

○環境省環境保健部環境安全課

電話 03-3581-3351（代）

［15］被害の拡大防止、救済と苦情処理・紛争処理

１．消費者団体訴訟制度

近年、消費者契約に関わるトラブルが増加しており、その内容は一段と多様化・複雑化しています。2001年に施行された消費者契約法は、消費者被害の個別的・事後的な救済に資するものの、同種の消費者被害の発生や拡大を防止するには限界がありました。また、消費者団体の中には、不当な行為の改善を求める活動などを自主的に行っているところもありましたが、法的な裏付けがなく、その実効性において限界がありました。このため、事業者の不当行為自体を抑止する方策として、消費者全体の利益擁護のため、一定の消費者団体に、事業者の不当な行為に対して差止めを求める権利を認める消費者団体訴訟制度が2006年の消費者契約法改正により創設され、2007年６月から導入されました。

また、2008年に法改正を行い、2009年４月１日より景品表示法へ、同年12月１日より特定商取引法へ消費者団体訴訟制度が導入され、優良誤認・有利誤認といった不当表示や、特定商取引についての不当な行為に対しても、差止請求を行えるようになりました。

消費者団体訴訟制度の概要は以下のとおりです。

①　差止請求権

１）適格消費者団体は、事業者が不特定かつ多数の消費者に対して、消費者契約法第４条第１項から第３項に規定する不当な勧誘行為又は同法第８条から第10条までに規定する不当な契約条項を含む契約の申込み又はその承諾の意思表示を現に行い又は行うおそれがあるときは、当該行為の停止若しくは予防又は当該行為の停止若しくは予防に必要な措置をとることを請求することができる（第12条）。

なお、受託者等、事業者の代理人又は受託者等の代理人の行為についても、規定されている。

また、景品表示法第10条では、優良誤認表示、有利誤認表示に対する差止めを規定している。特定商取引法では、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引について、不当な勧誘等に対する差止めを規定している（第58条の４から第58条の10）。

２）差止請求は、当該適格消費者団体若しくは第三者の不正な利益を図り又は当該差止請求に係る相手方に損害を加えることを目的とする場合には、することができない。

３）差止請求は、他の適格消費者団体による差止請求に係る訴訟等につき既に確定判決等（確定判決及び確定判決と同一の効力を有するものをいう。）が存する場合において、原則として請求内容及び相手方が同一である場合には、することができない。

② 適格消費者団体

1）適格消費者団体の認定等

ア）適格消費者団体の認定

差止請求関係業務を行おうとする者は、内閣総理大臣の認定を受けなければならない。

イ）認定の要件

内閣総理大臣は、申請をした者が次に掲げる要件のすべてに適合しているときに限り、その認定をすることができる。

・特定非営利活動法人又は一般社団法人若しくは一般財団法人であること。
・不特定かつ多数の消費者の利益擁護を図るための活動を行うことを主たる目的とし、現にその活動を相当期間にわたり継続して適正に行っていると認められること。
・差止請求関係業務の実施に係る組織、業務の実施の方法、業務に関して知り得た情報の管理及び秘密の保持の方法その他の差止請求関係業務を適正に遂行するための体制及び業務規程が適切に整備されていること。
・差止請求関係業務の執行決定機関として理事会が置かれ、決定方法が適正であること。
・理事に占める特定の事業者の関係者又は同一業種の関係者の割合が、それぞれ３分の１又は２分の１を超えていないこと。
・差止請求に係る検討部門において、専門委員（消費生活に関する専門家、法律に関する専門家）が助言し意見を述べる体制が整備されていること。
・差止請求関係業務を適正に遂行するに足りる経理的基礎を有すること。
・差止請求関係業務以外の業務を行う場合には、差止請求関係業務の適正な遂行に支障を及ぼすおそれがないこと。

ウ）業務規程

・業務規程には、差止請求関係業務の実施方法、情報管理及び秘密保持の方法等が定められていなければならない。

エ）欠格事由

・暴力団員等がその事業活動を支配する法人、暴力団員等をその業務に従事させ、又はその業務の補助者として使用するおそれのある法人
・政治団体（政治資金規正法第３条第１項に規定する政治団体）　等

オ）認定の申請、申請に関する公告・縦覧等

・適格消費者団体の認定を受けようとする者は、名称及び住所並びに代表者の氏名等所定の事項を記載した申請書及び定款等の添付書類を、消費者庁長官に提出しなければならない。
・消費者庁長官は申請書類等を公告・縦覧に供するとともに、経済産業大臣の意見を聴取する。また必要に応じ警察庁長官の意見を聴取。

カ）認定の有効期間等

・認定の有効期間は、当該認定の日から起算して３年とする。
・有効期間の満了後引き続き差止請求関係業務を行おうとする適格消費者団体は、その有効期間の更新を受けなければならない。

2）差止請求関係業務等

ア）差止請求権の行使等

・適格消費者団体は、不特定かつ多数の消費者の利益のために、差止請求権を適切に行使しなければならず、それを濫用してはならない。
・適格消費者団体は、事案の性質に応じて他の適格消費者団体と共同して差止請求権を行使するほか、差止請求関係業務について相互に連携を図りながら協力するように努めなければならない。
・適格消費者団体は差止請求に関する所定の手続に係る行為について、電磁的方法等により、他の適格消費者団体にその旨を通知し、消費者庁長官にその旨及び内容等を報告しなければならない。

イ）財産上の利益の受領の禁止等

適格消費者団体は、訴訟費用、間接強制金等を除き、差止請求に係る相手方から、その差止請求権の行使に関し、寄附金、賛助金その他名目のいかんを問わず、金銭その他の財産上の利益を受けてはならない。

3）監督

ア）財務諸表等の作成、備置き、閲覧等・提出等

・適格消費者団体の事務所には、財務諸表等、寄附金に関する事項等を記載した書類等、所定の書類を備え置かなければならない。
・適格消費者団体は、毎事業年度、その業務がこの法律の規定に従い適正に遂行されているかどうかについて、必要な学識経験を有する者の調査を受けなければならない。

イ）報告・立入検査、適合命令・改善命令

ウ）認定の取消し等

内閣総理大臣は、適格消費者団体について、次のいずれかに掲げる事由があるときは、認定を取り消すことができる。

・認定要件のいずれかに適合しなくなったとき
・欠格事由のいずれかに該当するに至ったとき　　等

4）補則

ア）規律

・適格消費者団体は、これを政党又は政治的目的のために利用してはならない。

イ）判決等に関する情報の公表

・消費者庁長官は、インターネットの利用等により、速やかに、判決等、裁判外の和解の概要等を公表する。このほか、消費者庁長官は、差止請求関係業務に関する情報を広く国民に提供する。

ウ）適格消費者団体への協力等

・国民生活センター及び地方公共団体は、適格消費者団体の求めに応じ、必要な限度において、消費生活相談に関する情報を提供することができる。

③ 訴訟手続等の特例

ア） 書面による事前の請求

適格消費者団体は、被告となるべき者に対し、あらかじめ、請求の要旨及び紛争の要点等を記載した書面により差止請求をし、その到達時から一週間経過後でなければ、差止めの訴えを提起することができない（被告となるべき者がその差止請求を拒んだときは、この限りでない。）。

イ） 管轄

・被告の本店所在地等
・営業所等所在地（民事訴訟法第５条第５号）
・第12条に規定する事業者等の行為があった地
・景品表示法第10条に定める事業者の行為があった地
・特定商取引法第58条の４から第58条の９までに規定する差止請求に係る相手方の行為があった地

ウ）移送

裁判所は、他の裁判所に同一又は同種の行為の差止請求に係る訴訟が係属している場合には、当事者の住所又は所在地、証人の住所、争点又は証拠の共通性その他の事情を考慮して、相当と認めるときは、当該他の裁判所又は他の管轄裁判所に移送することができる。

エ）弁論等の併合

請求内容及び相手方が同一である差止請求に係る訴訟が同一の裁判所に数個同時に係属するときは、その弁論及び裁判は、併合してしなければならない。ただし、著しく不相当であると認めるときは、この限りでない。

問い合わせ先

○消費者庁企画課

電話 03-3507-9252

認定された適格消費者団体一覧（平成22年８月１日現在）

適格消費者団体の名称	適格消費者団体の住所	差止請求関係業務を行う事務所の所在地	認定をした日
特定非営利活動法人 消費者機構日本	東京都千代田区六番町15番地 主婦会館プラザエフ6階	東京都千代田区六番町15番地 主婦会館プラザエフ6階	平成19年 8月23日
特定非営利活動法人 消費者支援機構関西	大阪市中央区石町1丁目1番1号 天満橋千代田ビル2号館	大阪市中央区石町1丁目1番1号 天満橋千代田ビル2号館	平成19年 8月23日
社団法人 全国消費生活相談員協会	東京都港区高輪3丁目13番地22号 国民生活センター内	東京都港区高輪3丁目13番地22号 国民生活センター内、 大阪府大阪市中央区北浜2丁目6番26号 大阪グリーンビルディング内、 北海道札幌市中央区大通西18丁目1番43号	平成19年 11月9日

適格消費者団体の名称	適格消費者団体の住所	差止請求関係業務を行う事務所の所在地	認定をした日
特定非営利活動法人 京都消費者契約ネットワーク	京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町529番地 ヒロセビル5階	京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町529番地ヒロセビル5階	平成19年 12月25日
特定非営利活動法人 消費者ネット広島	広島市中区上八丁堀7番1号 ハイオス広島312号	広島市中区上八丁堀7番1号 ハイオス広島312号	平成20年 1月29日
特定非営利活動法人 ひょうご消費者ネット	神戸市中央区元町通6丁目7番10号 元町関西ビル3階	神戸市中央区元町通6丁目7番10号 元町関西ビル3階	平成20年 5月28日
特定非営利活動法人 埼玉消費者被害をなくす会	さいたま市浦和区岸町7丁目11番5号	さいたま市浦和区岸町7丁目11番5号	平成21年 3月5日
特定非営利活動法人 消費者支援ネット北海道	札幌市中央区北四条西12丁目1番55	札幌市中央区北四条西12丁目1番55	平成22年 2月25日
特定非営利活動法人 あいち消費者被害防止ネットワーク	名古屋市千種区稲舟通一丁目39番地	名古屋市千種区稲舟通一丁目39番地	平成22年 4月14日

２．財産犯等の犯罪収益のはく奪及び被害回復

（1）被害回復給付金支給制度

最近、振り込め詐欺やいわゆるヤミ金融事件などにより多数の被害が発生しています。

こうした財産犯などの犯罪では、組織的犯罪処罰法上、被害者による原状回復を優先させるため、犯人が得た財産（犯罪被害財産）をはく奪（没収・追徴）することはできないこととされていましたが、同法の一部改正及び被害回復給付金支給法の制定（両法とも平成18年12月１日から施行）により、犯罪行為が組織的に行われた場合や犯罪被害財産が偽名の口座に隠匿されるなどいわゆるマネー・ローンダリングが行われた場合などには、犯罪被害財産のはく奪が可能になるとともに、はく奪した財産を用い、その事件の被害者の方などに被害回復給付金を支給することが可能となりました。

被害回復給付金の支給の対象となるのは、刑事裁判において認定され、犯罪被害財産のはく奪の理由とされた財産犯等の犯罪行為の被害者のほか、こうした犯罪行為と一連の行為として行われた、いわゆる余罪の財産犯等の犯罪行為の被害者です。また、これらの被害者の相続人等も対象となります。ただし、犯人の共犯者や犯人から不正な利益を得た人等は対象にはなりません。

支給手続を行うのは検察官です。検察官は、裁判の確定後、犯罪被害財産等を犯人からはく奪した上で、被害回復給付金の支給対象となる犯罪行為や申請期間を定め、支給手続を開始します。支給手続が開始されたことや支給対象となる犯罪行為の範囲などについては、官報や検察庁のホームページに掲載されますが、検察官が通知可能な被害者等がいることを把握している場合は、そのような方には個別に通知がなされ

ます。

支給を希望する被害者等は、申請書に必要な書類を添えて、支給手続を行っている検察官に申請します。

検察官は、被害者等の申請に基づき支給の可否等を裁定（判断）します。支給額の上限は、各人が実際に被害を受けた額ですが、資金が足りない場合は、各人の被害額に応じてあん分した額がそれぞれへの支給額になります。

これらの支給手続の事務のうち、支給の可否等の裁定のための審査に関する事務などは、検察官から「被害回復事務管理人」に選任された弁護士が行うこともあります。

問い合わせ先

○法務省刑事局
電話03-3580-4111（代）
ホームページアドレス http://www.moj.go.jp/

（2）振り込め詐欺救済法

「振り込め詐欺救済法（犯罪利用預金口座等に係る資金による被害回復分配金の支払等に関する法律）」は、2007年の第168回国会において、可決・成立しました（同年12月21日公布、2008年６月21日施行）。

この法律は、詐欺その他の人の財産を侵害する罪の犯罪行為であって、財産を得る方法として振込みが利用されたものによる被害者に対し、被害回復分配金の支払手続等を定めるものです（オレオレ詐欺や架空請求詐欺等の振り込め詐欺のほか、インターネット・オークション等を利用した詐欺、いわゆるヤミ金融や点検商法・催眠商法、利殖商法等の悪質商法等で振込みが利用された犯罪行為が対象）。

実際の手続きについては、振込先の金融機関において、以下の流れに沿って行われます。

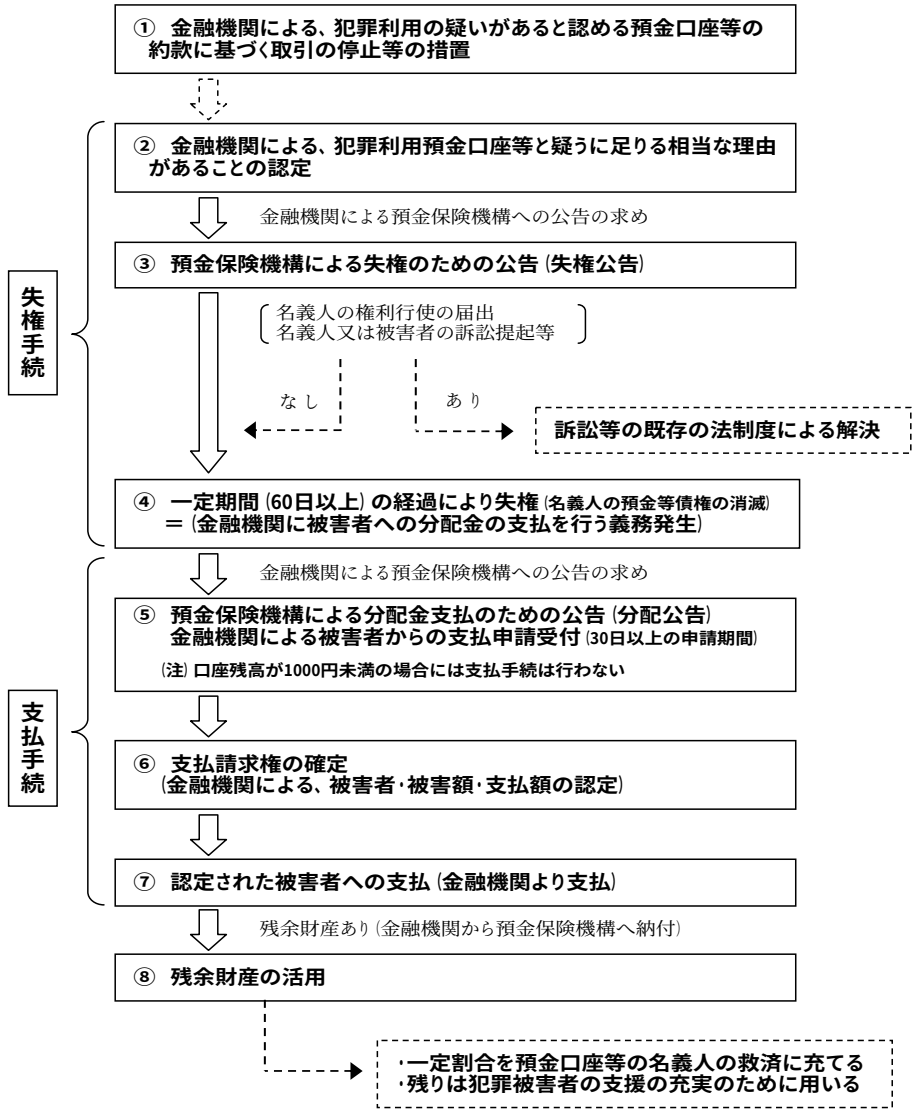
ポイント

○　被害にあった方は、すぐに、警察、消費生活センター、弁護士、認定司法書士や金融機関等に連絡し、犯罪に利用された口座の取引停止を求めてください。

○　支払を受けるには、取引停止された口座の支払手続期間内に、金融機関に被害の申請を行ってください（公告は、預金保険機構のホームページ上にて行われますが、それまでに振込先の金融機関に被害を申し出ていた方には、金融機関から個別に連絡が行われます）。

○　いずれにしても、被害にあった方は、手続の詳細について金融機関等にご照会ください。

被害回復分配金の支払等に関する手続の流れ



問い合わせ先

○金融庁総務企画局企画課、監督局銀行第一課、信用機構対応室
電話 03-3506-6000（代）

（参考）集団的消費者被害救済制度の検討

集団的消費者被害救済制度については、法制的な問題点も多くあることから、消費者庁の発足に先立ち、内閣府において、関連する国内の制度や諸外国の制度の内容及び運用状況に関する調査・研究等を行ってきました。

また、「消費者庁及び消費者委員会設置法」附則第6項において、法施行後3年を目途として、被害者を救済するための制度について検討を加え、必要な措置を講ずるものとされています。

消費者庁においては、2009年11月に「集団的消費者被害救済制度研究会」を立ち上げ検討を行っています。加害者の財産の隠匿又は散逸の防止に関する制度を含め多数の消費者に被害を生じさせた者の不当な利益をはく奪し、被害者を救済するための制度について、いわゆる父権訴訟、適格消費者団体による損害賠償等団体訴訟制度、課徴金制度の活用を含めた幅広い検討を加え、消費者委員会の意見を聞きながら、2010年の夏を目途に論点の整理を行い、2011年夏を目途に制度の詳細を含めた結論を得ます。

３．製造物責任法と関連施策

（1）製造物責任法

現代社会においては製品が高度化、複雑化し、製品の安全性確保を製造業者等に依存する度合いが大きくなっています。製品事故被害者の円滑かつ適切な救済という観点から、製造業者等に「過失」がなくとも製品に「欠陥」があれば賠償責任を負わせることにより、被害者の立証負担を軽減することが製造物責任法の趣旨です。

①　製造物責任法の意義について

製造物責任法は、製造業者等の「過失」に代えて製造物の「欠陥」を責任要件とすることによって、製造物の欠陥により生じた被害者の生命、身体または財産についての被害に対し、製造業者等に賠償責任を負わせることを通じて製品事故被害者の権利・利益を擁護し、増進させようとする法律です。

裁判の場においてだけでなく、裁判以外の場においても、本法が紛争解決の規範として機能することで、解決水準が安定し、紛争が適切・迅速に解決されることが期待されるほか、製造業者等がより一層消費者の安全性に対するニーズに即して製品を開発、製造するようになることが期待されます。このように同法には、製造業者等・消費者双方の製品安全に対する意識の変化や、国際的な諸制度との調和等を通じて、「国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展」に資することが期待されています。

②　製造物責任法とは

製造物責任法は、1995年７月１日に施行されました。製品の欠陥によって生命、身体または財産に損害を被ったことを証明した場合に、被害者は同法により製造業者等に対して損害賠償を求めることができます。

具体的には、製造業者等が、自ら製造、加工、輸入または一定の表示をし、引き渡した製造物の欠陥により他人の生命、身体または財産を侵害したときは、過失の有無にかかわらず、これによって生じた損害を賠償する責任があることを定めています。そのため、その損害が当該製造物についてのみ生じた場合や、安全性に無関係な品質や性能の瑕疵は本法の対象外ということになります。また、製造業者等の免責事由や期間の制限についても定めています。

欠陥とは、製造物が通常有すべき安全性を欠いていることをいいます。具体的には、１）製造物を設計する段階で十分に安全性が配慮されていなかった場合や、２）製造過程で粗悪な材料が混入するなどにより安全性を欠いた場合、また、３）製造物の特性や内在する危険性等の情報を指示・警告していなかった場合などが欠陥に当たります。

（2）製造物責任法に係る関連施策

2010年３月に閣議決定された「消費者基本計画」においては、製造物責任法が円滑かつ適切に運用されるために、「製造物責任法に関連する裁判例及び裁判外紛争解決事例について、消費者庁は、関係省庁・関係機関の協力体制を整備して収集を行い、これを整理して取りまとめ、消費者庁ウエブサイト等で公表します。」（担当省庁等：消費者庁・国民生活センター・関係省庁等、実施時期：継続的に実施します）と記載されています。

（3）専門的知見を活かした処理体制の整備

製品事故の被害救済については、民間活力を活用し、製品分野ごとの専門的知見を活かした紛争解決機関の整備が図られています。各製品分野において、公平性・中立性に配慮した苦情相談・紛争解決体制の整備が図られています（別表）。

問い合わせ先

○消費者庁企画課
　電話 03-3507-9253
○法務省民事局参事官室
　電話 03-3580-4111（代）
○農林水産省消費・安全局消費・安全政策課
　電話 03-3502-8111（代）
○経済産業省商務情報政策局製品安全課
　電話 03-3501-1511（代）
○国土交通省総合政策局安心生活政策課
　電話 03-5253-8111（代）

（別表）製品分野別裁判外紛争処理機関

機関名	所在地･電話番号･受付時間（土･日･祝日を除く）	対象品目
医薬品ＰＬセンター	〒103-0023　東京都中央区日本橋本町 3-4-18 昭和薬賀ビル５階 フリーダイヤル：0120-876-532（9:30～16:30）	医薬品 （医薬部外品を含む）
化学製品ＰＬ相談センター	〒104-0033　東京都中央区新川 1-4-1 住友六甲ビル７階 フリーダイヤル：0120-886-931(9:30～16:00)	化学製品 （食品は除く。医薬品、化粧品、塗料、建材は別に該当する機関がある）
ガス石油機器ＰＬセンター	〒100-0046　東京都千代田区神田多町 2-11 ガス石油機器会館 フリーダイヤル：0120-335-500(10:00～16:00)	ガス石油機器
家電製品ＰＬセンター	〒105-8472　東京都港区愛宕 1-1-11 虎ノ門八束ビル３階 フリーダイヤル：0120-551-110(9:30～16:30)	家電製品
(財)自動車製造物責任相談センター	〒105-0001　東京都港区虎ノ門 1-19-5 虎ノ門１丁目森ビル３階 フリーダイヤル：0120-028-222(9:30～17:00) (12:00～13:00 を除く)	自動車(二輪自動車、部品用品も含む)
住宅部品ＰＬ室	〒102-0094　東京都千代田区紀尾井町 6-26-3 上智紀尾井坂ビル５階 (財)住宅リフォーム・紛争処理支援センター内 ナビダイヤル 0570-016-100(10:00～17:00) (12:00～13:00 を除く)	相談は「住宅紛争処理支援センター」 (電話：0570-016-100) 住宅部品のあっせん・調停（ドア、キッチンシステム、浴室ユニット、サッシ、建材等）
消費生活用製品ＰＬセンター	〒110-0012　東京都台東区竜泉 2-20-2 ミサワホームズ三ノ輪２階製品安全協会内 フリーダイヤル：0120-11-5457(10:00～16:00) (12:00～13:00 を除く)	消費生活用製品 （乳幼児用品、家具・家庭・厨房用品、スポーツ・レジャー用品、高齢者用品、自転車、喫煙具等）
生活用品ＰＬセンター	〒103-0013　東京都中央区日本橋人形町 2-15-2 松島ビル４階　(財)生活用品振興センター内 フリーダイヤル：0120-090-671 (10:00～16:00・水曜日のみ)	家具、硝子製品、食卓・台所製品、プラスチック製品、文房具、玩具、釣具、運動具、装身具、靴、楽器等
日本化粧品工業連合会ＰＬ相談室	〒105-0001　東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MＴビル６階 東日本：03-5472-2532（9:00～17:00） 西日本：06-6941-6996（9:00～17:00） 中日本：052-971-1476（9:00～17:00）	化粧品 （薬用化粧品、育毛剤、除毛剤、てんか粉剤、脇臭防止剤などの医薬部外品を含む）
防災製品ＰＬセンター	〒105-0001　東京都港区虎ノ門 2-9-16 日本消防会館７階 (財)日本消防設備安全センター内 フリーダイヤル：0120-553-119(9:30～17:30) (12:00～13:00 を除く)	防災製品 (消火器、スプリンクラー設備、自動火災報知設備等の消防用設備・機器、防災物品・製品、消防用服装装備品、危険物容器、ガソリン計量機等)
プレジャーボート製品相談室	〒104-0061　東京都中央区銀座 2-5-1 浅野ビル６階　(社)日本舟艇工業会内 フリーダイヤル：0120-356-441(10:00～17:00) (12:00～13:00 を除く)	プレジャーボート及びその関連製品 (モーターボート、ヨット、パーソナルウォータークラフト、船外機（機関）、航海機器、ディーゼルエンジン（機関）)
玩具ＰＬセンター	〒130-8611　東京都墨田区東駒形 4-22-4 (社)日本玩具協会内 フリーダイヤル：0120-152-117(9:00～17:00) (12:00～13:00 を除く)	玩具
日本塗料工業会ＰＬ相談室	〒150-0013　東京都渋谷区恵比寿 3-12-8 東京塗料会館１階　(社)日本塗料工業会内 03-3443-2074（9:00～17:00）	塗料
建材・住宅設備ＰＬ相談室	〒103-0007　東京都中央区日本橋浜町 2-17-8 KDX 浜長ビル (社)日本建材・住宅設備産業協会内 03-5640-0902（10:00～17:00） (11:45～12:45 を除く)	建材・住宅設備機器

４．損害賠償制度のあるマーク制度

（1）ＢＬマーク

(財)ベターリビングが優良住宅部品（ＢＬ部品）認定制度に基づき認定した住宅部品は、ＢＬ（BetterLiving）マーク証紙（下図参照）等でＢＬ部品であることを表示しています。認定は、①機能に優れ、快適な居住環境を提供できるものであること、②安全性が優れたものであること、③耐久性、維持性が優れたものであること、④適切な施工が担保されているものであること、⑤確実な供給、品質保証及び維持管理サービスが提供できるものであることを基準に審査の上、行われます。ＢＬ部品には、認定企業が消費者に対して十分なアフターサービスを行えるよう、製品や施工に起因する万一の事故に備えて、部品の修理・交換や損害賠償に対応する次の２つの保険が付けられています。

◆マーク表示例

１）保証責任保険

ＢＬ部品は、瑕疵・欠陥に関する無償修理２～10年間保証が義務づけられているため、ＢＬ部品が住宅に据付けられ引渡された後、当該期間以内に設計・製造あるいは据付け工事に原因のある瑕疵･欠陥が発見された場合、その瑕疵・欠陥を無償修理するために要した費用損害が、保険金として認定企業に支払われます。（保証責任保険の年間限度額は20億円、５億円／事故、ＯＥＭ供給者又は下請企業による供給の結果生じる複数の認定企業にわたる１事故の場合は、１事故のてん補限度額を８億円）

２）賠償責任保険

ＢＬ部品が住宅に据付けられ、引渡された後、設計・製造あるいは据付け工事等に原因のある瑕疵・欠陥によって生じた事故に起因して、ユーザー等がケガをしたり死亡した場合やこれらの財物を破損した場合に、被害者に支払わなければならない損害賠償金が保険金として認定企業に支払われます。（賠償責任保険の限度額は、人身事故の場合３億円/事故、１億円/人、年間限度額は3億円、物損事故の場合、5,000万円/事故、年間限度額は１億円となっています。）

３）お客様相談室

お客様相談室では、ＢＬ認定制度やＢＬ部品の最新情報（認定状況等）、認定企業に関する問い合わせ先等の情報提供を行うとともに、アフターサービス相談（ＢＬ部品の点検や修理の依頼先に関する情報の提供など）も受け付けております。

相談専用電話 03-5211-0680（受付時間 10：00～12：00及び13：00～17：00）
［土、日、祝日、年末年始を除く］

問い合わせ先

○(財)ベターリビング

住所 〒102-0071 千代田区富士見2-7-2　ステージビルディング６階

電話 03-5211-0556

ホームページ　http://www.cbl.or.jp/

(2) その他のマーク付損害賠償制度

	ST マーク	SF マーク	液化石油ガス用ガス漏れ警報器検定合格証及び不完全燃焼警報器検定合格証
実施団体	(社)日本玩具協会 Tel 03-3829-2513	(社)日本煙火協会 Tel 03-5652-7855	高圧ガス保安協会（検査） Tel 03-3436-6108 ガス警報器工業会（保険） Tel 03-5157-4777
マーク			他の表示形式もあります
表示の基準	玩具安全基準	(社)日本煙火協会検査規定 「がん具煙火の安全基準及び検査等に関する規程」	高圧ガス保安協会検査規程「液化石油ガス用ガス漏れ警報器検定規程」及び「液化石油ガス用不完全燃焼器検定規程」
賠償制度	共済制度（ＳＴマーク付玩具補償共済）による賠償補償。 対人賠償 1人　最高1億円 1事故期間中　2億円 対物賠償 1事故　最高2000万円 見舞金　30万円 「自動車損害賠償補償法」に定める基準等に準拠	保険(賠償責任保険)による。 対人、対物に対して 1事故(期間中) 1億円 免責額 1事故　3万円	保険（賠償責任保険）による。 身体賠償 1人　最高2億円 1事故　最高5億円 財物賠償 1事故　最高5億円 免責金額 1事故につき5万円 保険期間中の 総保険額　5億円
対象範囲	玩具	おもちゃ花火 (国産・輸入品全て)	液化石油ガス用ガス漏れ警報器及び不完全燃焼警報器

	都市ガス用ガス警報器証票	HAPI マーク	SG マーク
実施団体	(財)日本ガス機器検査協会（検査） Tel 03-5570-5981 ガス警報器工業会（保険） Tel 03-5157-4777	(社)日本ホームヘルス機器協会 Tel 03-5805-6131	(財)製品安全協会 Tel 03-5255-3631
マーク			
表示の基準	（財）日本ガス機器検査協会検査規程「都市ガス用ガス警報器検査規程」	（社）日本ホームヘルス機器協会「ＨＡＰＩマーク発給規程」	（財）製品安全協会が制定する製品の安全性に関する認定基準
賠償制度	保険（賠償責任保険）による。 身体賠償 1人　最高2億円 1事故　最高5億円 財物賠償 1事故　最高5億円 免責金額 1事故につき5万円 保険期間中の総保険額 5億円	保険（賠償責任保険）による。 身体障害賠償 1人最高　5000万円 1事故につき　3億円 （ただし、磁気治療器は、1億円） 財物損壊賠償 （ただし、磁気治療器は対象外） 1事故につき1000万円 免責金額 いずれの賠償も1事故につき1000万円	保険（賠償責任保険）による対人賠償 1人　最高1億円 一時金　60万円
対象範囲	都市ガス用ガス漏れ警報器及び不完全燃焼警報器	低周波治療器、電位治療器、超短波治療器、磁気治療器等　26品目	消費生活用製品 115品目（2010年6月30日現在）

５．裁判外紛争解決手続(ＡＤＲ)

(1) 裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律(ＡＤＲ法)

紛争が生じた場合に、これを解決する方法として裁判がありますが、このほか、裁判外紛争解決手続（ＡＤＲ）を利用して解決することも可能です。

裁判外紛争解決手続とは、裁判以外の場において紛争を解決するための手段や方法の総称です。裁判外紛争解決手続は、厳格な裁判手続と異なり、それぞれが対象とする紛争の分野について、手続を提供する者の専門的な知見を反映して紛争の実情に即した迅速な解決を図ることなど、柔軟な対応が可能であるという特長があり、利用しやすい多様な裁判外紛争解決手続が発展することが望まれます。

そこで、司法制度改革の一環として、裁判外紛争解決手続の拡充・活性化を図るための制度基盤の整備について検討がされ、2004年に「裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律」（ＡＤＲ法）が制定されました。ＡＤＲ法は、2007年４月１日から施行されています。

ＡＤＲ法は、紛争の解決を図るのにふさわしい手続を選択することを容易にし、国民の権利利益の適切な実現に資することを目的として、裁判外紛争解決手続の基本理念等を定めるとともに、民間紛争解決手続（民間事業者が行う、いわゆる調停やあっせんをいいます。）の業務に関し、法務大臣による認証の制度を設け、併せて、認証を受けた業務について、時効の中断等に係る特例を定めてその利便の向上を図ることを内容とするものです。

ＡＤＲ法による認証制度は、民間紛争解決手続の業務を行う者の申請に基づき、法務大臣が、当該業務が法令の定める一定の基準・要件を満たしているかどうかを審査し、それらを満たしていると認められる場合に当該業務について認証する制度です。また、認証を受けるためには，暴力団員等であることなどの欠格事由に該当しないことが必要です。

法務省では､認証をした民間紛争解決手続の業務に関する情報を広く国民に提供し、紛争解決の手段の選択の目安とするため、事業者の名称、事務所の所在地、業務の内容、利用に要する費用等の様々な情報を法務省のホームページを利用して公表しています。

（参考）裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律（ＡＤＲ法）について

http://www.moj.go.jp/KANBOU/ADR/index.html

問い合わせ先

○法務省大臣官房司法法制部審査監督課

電話 03-3580-4111(代)

(2) 金融分野における裁判外の紛争解決支援制度（金融ＡＤＲ）

金融商品・サービスに関するトラブルを簡易・迅速に解決する手段として、金融分野における裁判外の紛争解決制度（金融ＡＤＲ制度）は、利用者保護の充実・利用者利便の向上のため重要な役割を果たすことが期待されています。これを受けて、金融ＡＤＲ制度を導入する法律が2010年４月１日に施行されました。金融機関等は、2010年10月１日（資金移動業者については、９月30日）より対応が義務付けられます。

金融ＡＤＲ制度は、将来的には業態横断的かつ包括的な紛争解決機関の設置に向かっていくことが想定されますが、まずは、金融商品・サービスにおける専門性を確保する観点から、金融分野の業法ごとに業態を単位として導入されました。

この金融ＡＤＲ制度においては、苦情処理・紛争解決を行う法人・団体を、その中立性・公正性や業務遂行能力が十分に備わっているか等の観点から、法令に定める指定要件に基づいて審査し、指定紛争解決機関として指定を行い、金融機関等には、指定紛争解決機関との間で手続実施基本契約の締結を義務付けることにより、指定紛争解決機関の行う手続に応諾すること、紛争解決手続における資料提出や和解案である特別調停案の受諾などの義務を課す枠組みとなっています。これは、金融機関等とその利用者の間に情報・知識およびトラブル解決能力などの格差が存在することを踏まえ、金融機関等の側に片面的な義務を課すことによって、利用者保護の充実を図るものであり、金融ＡＤＲ制度の大きな特徴となっています。

2010年７月現在、指定紛争解決機関の指定申請に向け、複数の法人・団体が、準備を進めています。指定紛争解決機関が設置された後は､各指定紛争解決機関において、個々の苦情処理・紛争解決のみならず、指定紛争解決機関の行う業務の周知活動や指定紛争解決機関間の連携など、利用者利便の向上に向けたさまざまな取組みが行われることとなります。

問い合わせ先

○金融庁総務企画局企画課金融トラブル解決制度推進室

電話 03-3506-6000（代）

(3) 国民生活センター紛争解決委員会

2008年５月に独立行政法人国民生活センター法が改正され、消費者・事業者間の紛争を裁判外で簡易・迅速に解決するための仕組みが整備され、2009年４月から実施されています。

国民生活センターのＡＤＲは、センター内に設置された紛争解決委員会（以下、委員会）によって、中立・公正な立場から手続が実施されます。委員会は、法律や取引に関する知識・経験を有する委員・特別委員から成り、独立して職権を行使します。取り扱う対象は、消費者・事業者間に生じた民事上の紛争のうち、同種多数性、被害の重大性、事案の複雑性などに照らし、その解決が全国的に重要な紛争（重要消費者紛争）です。

委員会が実施する解決手続には､「和解の仲介」（あっせんや調停に相当）と「仲裁」（当事者間の仲裁合意に基づき第三者の判断に委ねるもの）の２種類があり、いずれも、当事者の双方又は一方の申請により手続を開始します。手続は、委員長が委員等の中から指名する一人または二人以上の仲介委員または仲裁委員によって非公開で行われ、申請の日から４ヵ月以内に終了することを目指して実施されます。仲介委員等

は、当事者に手続への出席や関係書類等の提出を求めることができます。また、委員会によるこれら手続には、時効の中断や訴訟手続の中止といった法的効果が付与されています。

手続が終了し、国民生活の安定・向上のため必要があるときは、委員会は結果の概要を公表し、同種の紛争の解決に役立てます。また、和解の仲介等による合意内容が実施されないときには、委員会がその履行を勧告することもできます。

制度がスタートした2009年度は、106件の和解の仲介の申請を受け付け、取下げ等を除いた終了事案のうち約６割において和解が成立し、31件については結果概要を公表しています。

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター紛争解決委員会事務局
電話03-5475-1979

６．日本司法支援センター

司法というものは、国民の目から見ると、縁遠いように感じられるのではないでしょうか。例えば、法的なトラブルの解決方法に関する情報が容易に得られない、身近に弁護士等の専門家がいない、あるいは、経済的事情から弁護士等の専門家に依頼できないなどの問題があると言われています。

そこで、このような問題を解決し、民事・刑事を問わず、国民が全国どこででも法的なトラブルの解決に必要な情報やサービスの提供を受けられるようにしようというのが総合法律支援構想であり、この構想を具体化するため、2004年６月、総合法律支援法が公布されました。

日本司法支援センター（愛称「法テラス」）は、同法に基づき2006年４月に設立された法人であり、同年10月から業務を開始しています。

法テラスは、国、地方公共団体、弁護士会、司法書士会、消費者団体その他の関係機関・団体等と連携・協力して、法律サービスの提供をより身近に受けられる社会の実現を目指しています。

法テラスでは様々な業務を行っていますが、消費者被害の救済という観点から最も重要となるのは、情報提供業務です。この業務は、法律上のトラブルでお困りの方に対して、そのトラブルを解決するために役立つ制度の紹介や、相談内容に応じて、各地の消費生活センターを始めとする最も適切な相談窓口の紹介等を無料で行うものです。

法テラスは、この情報提供業務以外にも、

・民事法律扶助業務（経済的に余裕のない方を対象に無料法律相談や裁判に要する弁護士費用等の立替えを実施）
・司法過疎対策業務（司法過疎地域で適切な料金により法律サービスを提供）
・犯罪被害者支援業務（犯罪被害者の支援に関する情報の提供や、犯罪被害者支援の経験や理解のある弁護士の紹介）

・国選弁護関連業務（迅速・確実に国選弁護人を確保して，捜査から裁判まで一貫した国選弁護体制を整備）

等の各業務を一体的に行い、「身近な司法」の実現を目指しています。

消費者被害でお困りごとがありましたら，法テラス「☎0570－078374（おなやみなし）」へお電話ください。豊富な知識や経験を持った担当者がトラブル解決の道案内をします。

問い合わせ先

○法テラス本部
電話 050-3383-5333（代）
法テラスホームページ　http://www.houterasu.or.jp

[16] 消費者教育・啓発活動

１．消費者教育の概要

消費者が自立した主体として能動的に行動できるようにするためには、消費者教育の果たすべき役割がますます大きくなっています。このため、学校、地域、職場、家庭などにおいて、幅広い年齢層を対象に消費者教育を充実させ、消費者被害・事故に遭わない消費者、消費経済の主体たる消費者、社会的課題の解決に貢献する消費者を育成することが必要です。

消費者教育の意義

消費者基本法では、その基本理念である第２条において、「消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され」ることは消費者の権利であること、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することが明記されています。また、同法第７条では、消費者に対し、自ら進んでその消費生活に関して必要な知識を習得し、必要な情報を収集する等自主的かつ合理的な行動に努めなければならないとされています。消費者教育は、この消費者の取り組みを支援するものであり、同法第17条では、国及び地方公共団体が消費生活に関する教育を充実させることとされています。

近年、経済の仕組みの変化や規制緩和の流れの中で、消費者トラブルは多発し、その内容も複雑化、高度化しております。また、経済社会の高度化・多様化が進む中で、豊かな生活を実現していくためには、早い段階から経済行為の主体たる消費者としての基礎的な知識を身に付け、主体的に責任を持って意思決定を行いうる能力を持った消費者を育成していくことが重要であり、消費者教育の一層の推進が必要です。

（1）消費者教育の体系的・総合的推進

関係省庁、学識経験者、消費者団体、教育関係者、地方公共団体等と連携して、消費者教育を体系的・総合的に推進します。

①　消費者教育推進会議の開催

消費者庁のリーダーシップのもと、関係省庁、学識経験者、消費者団体、教育関係者等をメンバーとする「消費者教育推進会議」を新たに開催し、これまでに蓄積された研究・実践の成果を生かして小学生から大学生、そして成人に至るまでの多様な消費者教育を連携して体系的に進める体制を確立します。推進会議においては、社会教育における指針を各省庁で共有し普及させるなど施策の推進を図るとともに、関係省庁の消費者教育についての知見を共有しつつ、関係省庁が作成する消費者教育用教材や取組等の体系化を推進します。

②　消費者教育ポータルサイトの運用拡充

関係行政機関等で作成された消費者教育関連の教材及び実践事例等に関する情報等を集約したポータルサイトを拡充し、消費者教育に関する情報と知見の共有を進めます。

◇消費者教育ポータルサイトにおける提供情報（2010年5月現在）

消費者教育用教材（約350種）
消費者教育の取組（ゲームコーナー）（20事例）
消費者教育の取組（実践事例等）（約180事例）
消費者教育の取組（出前講座）　（約400団体）
イラスト集コーナー（カラー・モノトーン）（90個）
消費者教育ポータルサイト：http://www.caa.go.jp/kportal/index.php

③　消費者教育の先進的教育手法等に関する検討

消費者教育効果の測定手法や先進的教育手法等について、消費者教育を効率的・効果的に実施していく観点から検討を行います。

④　消費者庁・文部科学省の連携等

消費者庁及び文部科学省が密接に連携し、消費者教育を推進するために、地方公共団体において教育委員会と消費者行政担当部局との連携を図るなど消費者教育の推進体制の整備を促進します。

⑤　学校教育及び社会教育における消費者教育の推進方策の検討

学校教育及び社会教育における消費者教育の推進方策について検討を行うとともに、大学及び社会教育において消費者教育を行う際の指針を作成します。

（2）学校における消費者教育の推進

学校における消費者教育については、小学校・中学校・高等学校の学習指導要領に基づき、従来より契約などの消費生活に関する教育などを児童生徒の発達段階に応じて行っていましたが、2008年３月に小学校・中学校、2009年３月に高等学校の学習指導要領を改訂し、今日の消費行動の複雑化、多様化等を踏まえ、児童生徒が消費者としての自覚をもち、主体的に判断し責任を持って行動できるようにする観点から、消費者教育に関する内容の充実を図ったところです。

具体的には、例えば、中学校の社会科（公民的分野）において、消費者保護の例示として、消費者の自立の支援なども含めた消費者行政を、中学校の技術・家庭科（家庭分野）において、消費者の基本的な権利と責任を、高等学校の家庭科において、消費生活と生涯を見通した経済の計画を、それぞれ指導することとしました。

また、学校における消費者教育の充実のためには、新学習指導要領で充実を図った消費者教育の内容の周知に加え、各学校において消費者教育推進の核となる教員の育成などが求められています。このため、文部科学省においては、関係省庁・団体等の協力を得ながら学校における消費者教育の推進方策に関する説明会や、消費者教育の

企画・調整等を担う教員を養成するため、都道府県教育委員会との連携・協力の下、教員の指導力向上のための講座などを実施することとしています。

さらに、消費者庁では、新学習指導要領の実施に併せて、消費者被害・事故に遭わない消費者を育てることを主眼に置いた消費者教育用副教材を作成します。

（3）地域における消費者教育の推進

社会教育においても、青少年をはじめ、成人、高齢者等生涯の各時期における消費者問題等に関する多様な学習機会の整備・充実・情報提供に努めており、公民館等の社会教育施設において、地域課題や学習需要に応じた各種の学級・講座等が開催されているほか、大学等の公開講座においても、消費者問題に関する学習機会が設けられています。

文部科学省では2010年度に、消費者被害の状況から特に取組が必要な対象層（大学生、高齢女性）への効果的な消費者教育の内容及び方法について調査研究を行うとともに国内外の先進事例を収集し、その成果に基づいて大学及び社会教育において消費者教育を行う際の指針及び事例集を作成し、研究協議会の開催等を通じて広く普及することとしています。また、独立行政法人国立女性教育会館（ヌエック）においては、消費者教育を含む女性・家庭に関する情報提供サービスなどを行っています。

各府省庁等では、それぞれが有する情報や知識を活用した消費者教育用教材の作成・配布、出前講座の実施、地域の講座等への講師派遣などを行い、社会教育施設等地域における消費者教育の推進を行っています。

また、消費者庁では多様な主体の参画・連携による消費者教育について検討し、地域・社会における消費者教育を推進します。

（参考）消費者教育の推進に係るこれまでの取組

2005年4月に閣議決定された消費者基本計画に則り、消費者教育の推進を図ってきました。

① 内閣府・文部科学省間の連携の強化
② 消費生活センターと教育委員会の連携強化
③ 「出前講座」実施の専門家育成
④ 消費者教育の基盤整備
⑤ 消費者教育の体系化

〔2005年度〕
- 内閣府・文部科学省消費者教育連絡協議会開始
- 「消費者教育の推進のための消費者担当部局と教育担当部局との連携強化について」を、内閣府と文部科学省の連名で都道府県・政令指定都市の首長・教育長あてに発出
- 消費者教育体系化のための調査研究
- 消費者教育用教材の作成

〔2006年度〕
- 関係省庁消費者教育会議開始
- 消費者教育の総合的な推進に係る調査研究
- 消費者教育ポータルサイトに関する調査研究
- 大学生等への消費者啓発方法に関する調査研究
- 消費者教育の講師育成に関する実態調査
- 消費者教育用教材の作成

〔2007年度〕
- 消費者教育の総合的な推進に係る調査研究
- 消費者教育ポータルサイト（試行版）稼動
- 消費者教育用教材の作成

〔2008年度〕
- 消費者教育ポータルサイトシステムの設計・開発
- 市民講師育成講座の開発及び育成プログラムの検証作業
- 消費者市民教育に関する諸外国の現状調査
- 消費者教育用教材の作成

〔2009年度〕
- 消費者教育に関する教科書会社への説明会
- 消費者教育ポータルサイトの本格運用開始、拡充
- 消費者教育の新たな進め方に関する実践事例調査
- 消費者教育用教材の作成

問い合わせ先

○消費者庁企画課
電話 03-3507-8800（代）
○文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課
電話 03-5253-4111（代）

（参考）財団法人消費者教育支援センター

(財)消費者教育支援センターは、青少年等を対象とした消費者教育に関する調査研究及び各種事業を実施することにより、消費者教育の総合的かつ効果的な推進を支援することを目的として、1990年2月23日、経済企画庁（現内閣府）と文部省（現文部科学省）の共管法人として設立された財団法人であり、行政、消費者、教育関係者、企業の４社の協力の下に、消費者教育シンポジウム等の各種事業を行っています。

自らの利益の擁護及び増進のために自主的かつ合理的に行動し、消費者の権利を実現するように努め、自ら進んで、消費生活に関して必要な知識を習得し、必要な情報を収集するなど、自主的かつ合理的に行動するように努める消費者を育成していくことが必要となっています。

このような状況に対応していくためには、行政、消費者、教育関係者、企業の四者の協力の下に、消費者教育に積極的に取り組んでいく組織が必要です。同センターには、上記の四者が協力し消費者教育を推進していくための専門の

機構としての役割が期待されています。特に、消費者行政の司令塔である消費者庁と、教育行政を司る文部科学省との共管であることは重要な意味があります。

＜(財)消費者教育支援センターの概要＞

目的：青少年等を対象とした消費者教育に関する調査研究及び各種事業を実施することにより、消費者教育の総合的かつ効果的な推進を支援すること

事業：１）消費者教育に関する調査研究

２）消費者教育に関する研究会・研修会、シンポジウム等の開催

・消費者教育シンポジウムの開催
・シティ・サクセス・ファンド助成金贈呈、教育セミナー開催
・消費者教育教材資料表彰（企業・業界団体、行政対象）
・講座の企画・運営及び講師派遣（受託事業）
・教員を対象とした消費者教育講座（受託事業）

３）消費者教育に関する指導者マニュアル及び教材の作成・配布

・「高齢者の消費者トラブル見守りガイドブック」更新データ作成（受託事業）
・中学校技術・家庭科副読本「製品安全ワークブック」の作成（受託事業）
・ウェブコンテンツ「はじめて学ぶ著作権」の作成（受託事業）

４）消費者教育に関する情報収集・提供

・　機関紙「消費者教育研究　NICEニュースレター」の発行

問い合わせ先

○(財)消費者教育支援センター
住所 〒160-0004 東京都新宿区四谷4-1 小島ビル５階
電話 03-5919-4541　FAX 03-5919-4575
ホームページ　http://www.consumer-education.jp

２．各分野の消費者教育

（1）食育の推進

①　食育基本法と食育推進運動

近年、国民の「食」をめぐる状況が変化し、その影響が顕在化しています。

例えば、栄養の偏り、不規則な食事、肥満や生活習慣病の増加、過度の痩身志向、食の安全、食の海外への依存などの様々な問題が生じています。

このような状況に対応するため、2005年６月、「食育基本法」が制定され、同年７月に施行されました。

この法律では、「食育」は、生きる上での基本であって、教育の三本柱である知育、徳育、体育の基礎となるべきものと位置付けられるとともに、様々な経験を通じて、「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てるものとして食育の推進が求められるとされています。そして、その推進に当たっては、健全な食生活の実践としての食生活の改善にとどまらず、食に関する感謝の念と理解を深めることや、伝統のある優れた食文化の継承、地域の特性を活かした食生活に配慮すること等についても求められています。

国民一人一人が健全な食生活を自ら実践し、食に関する正確な知識や的確な判断力を主体的に身に付けていく上で、国民が自ら取り組み、国民が主役となった、国民的広がりをもつ運動として、食育の推進に取り組んでいくことが緊要な課題となっています。

②　食育推進施策の実施状況

食育の推進に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、2006年３月、食育推進会議（会長：内閣総理大臣）において「食育推進基本計画」が策定されました。同計画に基づいて、次のとおり関係府省庁等において様々な施策が講じられています。（同計画は、策定から５年間を実施時期として定めています。2011年３月までに次期の計画が策定される予定であり、同計画に関しての最新の情報は内閣府ホームページを御参照ください。http://www.cao.go.jp/）

なお、2010年５月から、各府省大臣政務官等と民間の有識者を交えて、「食」に関する将来ビジョンの策定に向けた議論が始まっており、その中で、「生涯食育社会」の構築に向けた取組等について検討しています。本ビジョンについては、2010年末を目途に、取りまとめることとしています。

１）家庭における食育の推進

・「早寝早起き朝ごはん」国民運動を展開するなど生活リズムの向上への取組
・子どもの肥満予防対策を強化するための各都道府県の取組を支援
・「妊産婦のための食生活指針」等を活用した栄養指導の充実
・家庭や地域の団体等との連携協力による栄養教諭を中核とした体験活動等の取組
・食育を通じて青少年の健全育成を図るため、青少年育成に関する行事や情報提供等において食育の普及啓発を推進

２）学校、保育所等における食育の推進
・栄養教諭の更なる配置を目指した指導体制の充実
・栄養教諭による子どもへの食に関する指導内容の充実等
・地場産物の活用、米飯給食普及など学校給食の充実
・「保育所における食育に関する指針」の周知など保育所での取組の推進
３）地域における食生活の改善のための取組の推進
・栄養バランスが優れた「日本型食生活」の普及
・「FOOD ACTION NIPPON」国民運動を展開するなど食料自給率向上への取組
・「食生活指針」や「食事バランスガイド」の活用の促進
・管理栄養士や栄養士、専門調理師や調理師などの専門的知識を有する人材の養成・活用の推進
・「健康日本21」による施策や医学教育等における取組の推進
・飲食店、外食産業、小売業など食品関連事業者による取組の促進
４）食育推進運動の展開
・毎年６月を食育月間として設定し、「食育推進全国大会」の開催など推進運動を重点的に展開
・毎月19日を「食育の日」として定めるなど、普及啓発活動を継続的に展開
・各種団体等との連携・協力体制の構築の推進
・内閣府食育推進ボランティア表彰等民間の自発的な取組に対する表彰の実施
・国民運動に資する調査研究や情報提供の実施
・「食生活改善推進員」や「食育推進ボランティア」によるボランティア活動を支援
５）生産者と消費者との交流の促進、環境と調和のとれた農林漁業の活性化等
・グリーン・ツーリズムや滞在型市民農園等を通じた都市と農山漁村の共生・対流を促進
・子どもを中心とした農林漁業体験活動を促進
・酪農教育ファーム等の農林漁業者等による体験活動を支援
・直売所、量販店、学校給食、外食等において地産地消を推進
・バイオマス利用と食品リサイクルを推進
６）食文化の継承のための活動への支援等
・ボランティアによる「おやこの食育教室」など郷土料理の体験活動を促進
・学校給食での郷土料理等の積極的な導入を推進
・専門調理師の調理技術を活用した料理教室等の食文化継承に関する取組
・「知的財産推進計画2010」における知的財産の産業横断的な強化策としての「地域の食材を核とした食文化のブランド構築」への取組
７）食品の安全性、栄養その他の食生活に関する調査、研究、情報の提供及び国際交流の推進
・意見交換会の開催などリスクコミュニケーションの積極的な実施と食品の安全性や栄養等に関する情報提供
・食品の表示等食品情報に関する制度の普及啓発

・国民健康・栄養調査や農林漁業・食料に関する統計調査等の基礎的な調査研究
・都道府県食育推進計画の策定など地方公共団体等における取組の促進
・食育の海外展開、国際的な情報交換等の推進

問い合わせ先

○内閣府食育推進室
電話 03-5253-2111（代）
○内閣府食品安全委員会事務局勧告広報課
電話 03-6234-1166（代）
○消費者庁企画課
電話 03-3507-8800（代）
○文部科学省スポーツ・青少年局 学校健康教育課健康教育企画室
電話 03-5253-4111（代）
○厚生労働省健康局総務課生活習慣病対策室
電話 03-5253-1111（代）
○農林水産省消費・安全局消費者情報官
電話 03-3502-8111（代）

（2）法教育

① 消費者教育における法教育の役割

消費者教育においては、消費者基本法の趣旨を理解することや消費者と事業者の間のトラブルへの対処方法を知ることが重要になりますが、その前提として日常生活における経済活動と法の関係や民法を中心とする私法について基本的な理解を深めておくことが必要不可欠です。

具体的には、個人と個人の関係を規律する私法分野について、学習機会の充実を図り、その際には、日常生活における身近な問題を題材にするなどの工夫をして、契約自由の原則、私的自治の原則などの私法の基本的な考え方について理解させるとともに、企業活動や消費者保護などの経済活動に関する問題が法と深くかかわっていることを認識させることが不可欠となります。

② 法務省における法教育（消費者教育）の取組

法務省では、法律専門家ではない一般の人々が、法や司法制度、これらの基礎になっている価値を理解し、法的なものの考え方を身に付けるための教育を法教育と総称し、法教育の普及・発展のために様々な取組を行っていますが、私法分野についての学習機会の充実は、法教育に関する取組の中でも重要な部分を占めています。

2004年11月には、法務省の法教育研究会が報告書を取りまとめ、法教育の内容を具体化した４つの教材を作成しましたが、うち１教材は、私法分野についての学習機会の充実を図ることを目的とした「私法と消費者保護」と題する中学校３年生向けの教材となっています。

この教材は、売買契約を結んだと想定して契約書を作成した上で、様々な事情が

生じた場合に契約を解消できるかどうかを検討するなど、体験的な作業を通じて私法の基本的な考え方を学んだ後、消費者が事業者から正しい情報や十分に考える時間を与えられないまま契約を結んだ場合などにおける消費者保護の位置付けについて学習する構成をとっています。

さらに、法務省では、2005年５月に発足させた法教育推進協議会において、学校教育における法教育の位置付け等について検討し、授業を行う教員等向けのＱ＆Ａ集を公表しました。

また、同協議会では、私法分野について、小・中・高校生向けの４つの教材を作成し、2009年５月に報告書として取りまとめました。これらの教材・報告書等は、法務省ホームページで公表しており、自由に使用していただけます。

そのほか、法務省では、中学校、高校等に法務省職員等を講師として派遣する法教育授業を実施しています。契約等の私法分野について学ぶことができる授業も実施しており、法務省ホームページで申込みを受け付けています。

問い合わせ先

○法務省大臣官房司法法制部司法法制課
電話 03-3580-4111(代)
法教育に関する法務省の取組（法務省ホームページ）
http://www.moj.go.jp/housei/shihouhousei/index2.html

(3) 環境教育

① 環境教育の必要性

今日、大量生産、大量消費、大量廃棄や効率性、利便性の追求の結果として温室効果ガスや廃棄物の排出量の増加、身近な生き物の減少といった課題に直面しています。このような社会を変革し、環境への負荷の少ない持続可能な社会を構築するためには、商品・サービスの提供者である事業者の取組に加え、需要者である消費者の行動が環境配慮型になることが不可欠となります。そのため、消費行動に係る環境教育が重要な役割を担うこととなります。

② 環境教育の目指す消費行動

１）必要なものを必要な分だけ購入する

「もったいない」をはじめとする日本人が古くから有している「物を大切にする心」を思い出し、必要なものを必要な分だけ購入するようにする。

２）環境負荷の少ない商品・サービスを選択する

エコマーク等の環境ラベルを利用し、環境に配慮した商品を購入することを心がける。また、商品の成分表示や品質表示等により、どのような資源が使われているか、また商品に含まれている化学物質を確認して、環境負荷の少ないものを購入する能力を身に付ける。また、リユース・リサイクルされた商品やレンタル商品を選ぶ。

３）環境に配慮している生産者の商品を選択する

生産工程、流通段階において環境に配慮している生産者の製品を購入する。

４）環境に配慮して製品を使う

購入したものはなるべく長く、大切に使う。また、自動車や家電製品等使用段階における環境負荷が大きい製品については、省エネ等により使用時の環境負荷をなるべく小さくする。

５）廃棄時のことを考慮して商品を購入する

廃棄される際のことを配慮して商品を購入する。

③ 環境教育の内容

１）環境問題について

日常生活と環境との関係性を踏まえ、地球環境問題、廃棄物問題や化学物質の管理等に関する問題の現状、原因及び対策等について。

消費に係る環境負荷が自分の住んでいる地域や国内各地ひいては世界各地や地球に及ぼす影響について。

２）消費に係る環境負荷

製品生産やサービスの提供に係る環境負荷、製品やサービスの利用に係る環境負荷及び製品の廃棄に係る環境負荷等の消費に関連する各段階における環境負荷について。

３）情報の活用方法

製品の成分・品質表示等の読み方や生産者がホームページ等を通じて公表している情報収集の手法と内容を判断するための考え方や科学的な知識。

④ 環境教育の推進

「環境の保全のための意欲の増進及び環境教育の推進に関する法律」（平成15年法律第130号）及び同法に基づく基本方針に基づき、国民、民間団体、事業者、行政等の各主体が環境教育を推進し、環境に配慮した消費行動に結びつくように取り組んでいくことが必要です。

問い合わせ先

○環境省総合環境政策局
・環境教育推進室
電話 03-3581-3351（代）
・環境経済課（製品対策係）
電話 03-3581-3351（代）

(4) 金融教育

① 金融経済教育の必要性

多重債務問題が深刻な社会問題となり、また、様々なリスクとリターンの可能性を含んだ金融商品・サービスの多様化・高度化といった金融環境の変化の中、高齢

社会の到来、雇用形態の変化などを背景に、家計の金融面の管理を多様な選択肢の中から自らの責任で意思決定する期間・機会が人生の中で格段に増加しています。

こうした変化の中、国民一人一人に、金融やその背景となる経済についての基礎知識と、日々の生活の中でこうした基礎知識に立脚しつつ自立した個人として判断し意思決定する能力、つまり金融経済リテラシーを身につけていただくことが、不可欠となっています。

② 金融庁の取組

金融庁では、上記を踏まえ、 金融庁ホームページ「一般のみなさんへ」に危害・警告情報を掲載するなどのタイムリーな情報提供に努めるとともに、パンフレットの作成、シンポジウムの開催、金融庁後援名義の付与や金融知識普及功績者表彰など様々な取り組みを行っています。以下１）初等・中等教育段階に係る取組、２）社会人・高齢者段階に係る取組について主なものを紹介します。

１）初等・中等教育段階に係る取組

・小学生向けパンフレットの作成

小学生向けパンフレット「くらしと金融」を作成し、ホームページに掲載しています。

・子供向けコンテンツの導入

金融庁ホームページ「おしえて金融庁」に小学校高学年を対象とした子供向けコンテンツを掲載しています。

・中学・高校生向け副教材の作成

中学校向け生徒用パンフレット（24ページ）、高校向け生徒用ＣＤ－ＲＯＭ、中学校向け教師用指導マニュアル、高校向け教師用指導マニュアルを作成し、当庁ホームページに掲載しているほか、全国の中学・高校に配布しています。

・高校３年生向けパンフレット・ＤＶＤの作成

これから社会人になる高校３年生などを対象に金融取引に関する基礎的知識を解説した「はじめての金融ガイド」を作成し、ホームページに掲載しているほか、全国の高校等に配布しています。

また、多重債務、振り込め詐欺、偽造盗難キャッシュカード等の金融トラブルの未然防止等を目的として「はじめての金融ガイド」ＤＶＤ版を作成し、全国の高校等に配布しています。

・財務局による講演等の実施

大学・高等学校等において、財務局が、多重債務問題等の金融トラブルに関する講演等を実施しています。

２）社会人・高齢者段階に係る取組

・シンポジウムの開催

地域住民を対象に、金融取引に関するトラブル事例を含め、生活設計と資産運用の在り方について考えるためのシンポジウムを各財務局所在地で開催（2007年度～2009年度、計16回）しました。

・ホームページにおける金融経済教育コーナーの充実

一般社会人を対象とした金融経済教育コーナーとして、「一般のみなさんへ」を開設し､「未公開株購入の勧誘にご注意！」等の警告情報を掲載しているほか、金融関係団体へのリンクを貼る等、情報発信に努めています。

・一般社会人向けパンフレットの作成

一般社会人及びこれから社会人となる者を対象に、「はじめての金融ガイド 金融取引の基礎知識」を作成しホームページに掲載しているほか、全国の市町村等に配布しています。

・財務局による講演等の実施

市町村等において、財務局が、多重債務問題等の金融トラブルに関する講演等を実施しています。

金融庁では、今後とも金融経済教育の一層の推進に努めて参ります。

問い合わせ先

○金融庁総務企画局政策課

電話 03-3506-6000（代）

③ 金融広報中央委員会（愛称：知るぽると）の取組

社会・経済が高度化、複雑化する中で、国内外において金融教育の重要性が高まっています。

金融広報中央委員会(事務局:日本銀行情報サービス局内､http//www.shiruporuto.jp/）は、金融業界団体、消費者団体、婦人団体、報道機関等により構成され、中立・公正な立場から、国民に対する金融経済情報の提供や金融経済学習の支援を幅広く展開しています。このような当委員会の活動は、2002年に公表した『金融教育に関する消費者教育の推進に当たっての指針（2002)』をベースに、各都道府県にある金融広報委員会、政府（金融庁、文部科学省、消費者庁等)、日本銀行、地方公共団体との密接な協力関係の下に、取り組んできています。

活動の目的は、日常生活に必要な金融経済知識・情報の提供と学習支援を通じて、子どもを含む消費者に対し、金銭や物に対する健全な価値観の形成を基礎とした自主的な選択能力を高める、いわゆる「消費者としての自立」を促すことにあります。

具体的な活動としては、刊行物（パンフレット、冊子）やビデオの作成・配付、講演会への講師派遣、教員セミナーの開催、インターネットによる情報提供、作文・小論文コンクールの実施等を幅広く行っています。このほか、金融学習に興味を有する方々（金融学習グループ等)、学校（金融教育研究校・金銭教育研究校等)、および地域（金融学習特別推進地区等）などに対して、預金、保険、証券、税金、年金など広範な金融分野や生活設計、金銭・金融教育等の専門知識を有する金融広報アドバイザー（当委員会が委嘱）等を講師として派遣する都道府県金融広報委員会の活動を全国的に支援しています。

また、金融経済に関する知識の習得、消費者としての自立に向けた取り組みは就学段階から行うことが適切と考え、2005年度を「金融教育元年」と位置付けて、そ

れ以来、児童・生徒、教師、保護者等に対して「金融教育」に関する働きかけを強めてきました。

当委員会は、金融教育を「生活設計・家計管理」、「経済や金融のしくみ」、「消費生活・金融トラブル防止」、「キャリア教育」の４つの分野に分類し、学校教育に関わる幅広い理解と協力を得て、児童・生徒の「社会の中で生きる力」を育成しようとしています。「金融教育」を効果的に進めるための資料として、当委員会では、2005年３月には金融教育研究校等の実践例を取りまとめた『金融教育ガイドブック』を、2007年２月には金融教育の望ましい姿や各学校段階におけるさまざまな教科等の指導計画例を取りまとめた『金融教育プログラム』をそれぞれ作成しました。

さらに2009年３月には多くの教員・教育関係者の理解と実践の手がかりとなる入門ガイドとして『はじめての金融教育』を作成し、全国の小学校・中学校・高等学校および教育委員会等に配付するとともに、他の教材と合わせ、教員セミナー等において広く活用・紹介しています。

問い合わせ先

○金融広報中央委員会
住所　〒103-8660 東京都中央区日本橋本石町2-1-1
日本銀行情報サービス局内
電話 03-3279-1111（内線4611）

（5）メディアリテラシーの向上

伝統的なメディアである放送に加えて、近年、インターネット・携帯電話等が広く普及しており、国民は、社会生活を送る上で不可欠・有益な情報をこれら多様なメディアから入手していますが、他方で、放送番組に対する十分な批判的視点の欠如や、インターネット・携帯電話の利用をめぐるトラブルの多発等が社会問題化しています。

総務省では、放送番組の情報を正しく理解するとともに、トラブルなくインターネットや携帯電話等を利用するなど、メディアリテラシー＊の向上を図るため、各メディアの特性に応じた教材等を開発・普及を図っています。

インターネットや携帯電話等の分野においては、主に小学生５、６年生を対象に、インターネット通信販売サービスやインターネットのオークションの注意点、架空請求メールへの対処方法などを含め、ＩＣＴメディアリテラシーを総合的に育成するプログラムである「伸ばそうＩＣＴメディアリテラシー～つながる！わかる！伝える！これがネットだ～」を2006年度に開発し、2007年７月から公開し、その普及を図っています。

また、保護者、小中学校の教員等からのアンケート、ヒアリングを通じて、子どもたちがインターネットを利用して実際に巻き込まれたトラブル事例をまとめ、それぞれの対処法・予防法を紹介している「インターネットトラブル事例集」を2009年度に作成しました。これは、保護者や教職員などの大人を対象に、子どもに伝えるべきこと、また、そのために大人が知るべきことをまとめたものであり、「e-ネットキャラバン」等のインターネットの安心・安全な利用に向けた啓発講座等において活用されています。

放送分野においては、これまで、ビデオ・ＤＶＤによる教材11本を開発し、教材の貸出しを中心とした普及・啓発を図ってきたところです。さらに、2009年３月から「放送分野におけるメディリテラシーサイト」を開設し、2008年度の開発教材「放送記者坂井マヤ～ストーリーをさがせ～」等を公開しています。

＊メディアリテラシーとは、放送番組やインターネット等各種メディアを主体的に読み解く能力や、メディアの特性を理解する能力、新たに普及するＩＣＴ機器にアクセスし活用する能力、メディアを通じコミュニケーションを創造する能力等の概念。

問い合わせ先

○総務省情報流通行政局情報通信利用促進課
総務省情報流通行政局放送政策課
総務省総合通信基盤局データ通信課
電話 03-5253-5111（代）
「伸ばそうＩＣＴメディアリテラシー」
「インターネットトラブル事例集」
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/kyouiku_joho-ka/index.html
「放送分野におけるメディアリテラシー」
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/hoso/kyouzai.html

３．普及啓発の概要

消費者が自主性をもって健全な消費生活を営むことができるようにすること、消費者政策を真に消費者の意向に合致したものにすること、消費者の健全かつ自主的な組織活動を促進すること等を目的として、国は、消費者への迅速かつ的確な情報提供を行っています。

（1）消費者庁

1987年の第20回消費者保護会議において、消費者保護基本法制定20周年を記念して毎年５月を「消費者月間」と定めました。これまで消費者月間では、消費者・事業者・行政が一体となって消費者問題に関する啓発・教育等の各種事業を集中的に行ってきました。消費者庁設立後初となった2010年５月の消費者月間では、「守ろうよ、みんなを！ ～なくそう！高齢者の消費者被害～」というテーマの下、街頭でのチラシの配付や「高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会」の開催、また、担当大臣の映像メッセージの作成・配付を行いました。

また、消費者政策の状況等を収録した本冊子の作成、パンフレット等の作成・配布や、ホームページにおいても、消費者庁が行う施策のほか「御注意ください」コーナーの設置など各種媒体を通じ消費生活情報の提供を行っているほか、「地方消費者行政活性化基金」を通じた地方公共団体による普及啓発活動の取組への支援を行っています。さらに、国民生活センターにおいて商品テスト結果や具体的相談事例を紹介するなど、連携して普及啓発活動に取り組んでいます。

（2）公正取引委員会

消費者が安くて、よりよい商品・サービスを様々な事業者から購入することができるようにするためには、事業者間の公正で自由な競争が確保されていることが必要です。事業者間で商品・サービスの価格の引上げを合意するなどのカルテルが行われると、消費者はどこに行っても同じ値段の高いものを買わされてしまうことになりかねません。独占禁止法は、このような消費者に不利益を与えるカルテルや談合などの行為を規制し、事業者間の公正で自由な競争を確保するための法律です。このように消費者利益の確保のために重要な役割を果たしている独占禁止法に対する消費者の理解を深めるため、公正取引委員会では以下のような取組を行っています。

① 消費者教育用教材の作成・配布（「知ってなっとく独占禁止法」、「私たちの暮らしと市場経済」など）
② ホームページにおいて消費者及び子供向けの情報提供（「絵で見る私たちの暮らしと独占禁止法の関わり」（http://www.jftc.go.jp/ippan/index.html）「たのしく学ぼう 独占禁止法のこと おしえて！どっきん！！」（http://www.jftc.go.jp/kids/index.html））
③ ホームページにおいて独占禁止法を分かりやすく解説する動画「公正で自由な競争を目指して」のストリーミング配信
④ メールマガジンの配信

⑤ 中・高・大学生向け独占禁止法教室（出前授業）の開催
⑥ 消費者向け独占禁止法出前講座の開催
⑦ 庁舎見学ツアーの実施

（3）金融庁

金融サービスの利用者保護、トラブルの未然防止を図るため、一般社会人を対象に最低限知っておいていただきたい金融取引の基礎知識を解説した「はじめての金融ガイド」のほか、「改正貸金業法」等の周知を図る各種のパンフレット・リーフレット等を作成・配布しています。また、ホームページに「一般のみなさんへ」のコーナーを設け、「未公開株購入の勧誘にご注意！」などの警告情報を掲載し、消費者啓発に努めています。

（4）警察庁

警察では、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、悪質商法・ヤミ金融対策として、被害に遭わないための留意事項や検挙事例等をウェブサイト上に掲載したり、パンフレットを作成・配布するなどして、広報啓発活動を行っています。また、知的財産権の保護及び不正商品の排除を図るため、模倣品・海賊版対策として、権利者団体と連携して不正商品撲滅キャンペーンを開催するなどして広報啓発活動を推進しています。

（5）総務省

消費者の電波環境保護に関する意識の向上のため、毎年６月の電波利用環境保護周知啓発強化期間を中心に、各種メディアによる周知啓発を行うとともに、総務省電波利用ホームページにおいて、電波利用ルールについて広く情報提供を行っています。また、インターネット販売などで流通する日本国内では使用できない電波利用機器への注意喚起のため、インターネットバナー広告を実施しています。及び、真実でない放送により権利を侵害された者を簡易・迅速に救済するための訂正放送制度の周知を目的として総務省のホームページにおいて訂正放送制度の概要について掲載し、広く広報啓発活動を行っています。

高度化、多様化している電気通信サービスに係る利用者利益の保護を図るため、利用者への情報提供を目的としたパンフレット等を作成・配布するとともに、インターネットを利用した行政情報の提供を行うなど消費者への情報提供手段の多様化を図っています。また、消費者が安心して電気通信サービスを利用できるようにすることにより消費者の利益を確保するとともに、電気通信事業に対する信頼を確保するために、本省及び地方局等において、学識経験者、消費生活センター、消費者団体、電気通信事業者及び行政で構成される「電気通信消費者支援連絡会」を開催し、消費者支援の在り方等について継続的に意見交換を行っています。

（6）厚生労働省

食品については、毎年8月に実施する「食品衛生月間」を中心として食中毒の予防、食品衛生の考え方の普及等を図っています。また、医薬品については、毎年10月に実施している「薬と健康の週間」を中心に薬の正しい使い方等について啓発活動を行っています。さらに、国民の健康を保持増進するという観点から、 保健所や市町村保健センター等における健康教育や健康相談等を通じて、消費者の食生活を始めとする生活習慣全般の改善に必要な知識の普及、啓発を行っています。

このほか、いわゆる「インチキ内職」については、未然に被害を防止するため、家内労働法及び「在宅ワークの適正な実施のためのガイドライン」の周知徹底を目的としてリーフレットによる啓発を行っています。また、在宅ワークについては、「ホームワーカーズウェブ」（http://www2.homeworkers.jp/）において、情報提供を行っています。

（7）農林水産省

本省や地方農政局等に「消費者の部屋」や「消費者コーナー」を設置し、食料、農林水産業・食品産業、農山漁村等について、パネルを使った積極的な情報提供及び啓発を行っています。さらに、庁舎外でイベント等が開催される場合には「移動消費者の部屋」として会場に赴き、広報活動に努めています。

また、食品安全に関する消費者向けホームページ「安全で健やかな食生活を送るために」（http://www.maff.go.jp/j/fs/index.html）を公開しています。

（8）経済産業省

経済産業省の行っている消費者保護施策や商品・サービスあるいは契約に関する情報を一般消費者に浸透させ、消費者の知識・意識の向上を図るため、啓発対象者に合わせた消費者啓発ビデオやパンフレットの作成・配布をしています。

また、リサイクルや資源・エネルギーなどの地球環境問題等、消費者と関係が深い分野についても各種の普及啓発事業を実施しています。

（9）環境省

消費者による環境を意識した商品選択と企業の環境改善努力を進めるために、（財）日本環境協会において、環境省と連携を図りつつ助言の下に「エコマーク」事業を実施しています。また、温室効果ガス排出量を2020年までに1990年比で25%削減するという目標を達成し、地球と日本の環境を守り、未来の子どもたちに引き継いでいくための地球温暖化防止の国民的運動を「チャレンジ25キャンペーン」として新たに展開し、その活動の推進を図るとともに、毎年12 月を「地球温暖化防止月間」に指定し、普及・啓発を進めています。

また、各種環境問題に関する理解と協力を得るため、各種パンフレットの作成・配布等を通じての普及啓発活動を行っています。

（10）国民生活センター

国民生活センターでは生活関連の情報をホームページで掲載するほか、メールマガジンを発行して消費者へ直接、情報を届けるサービスを提供するなど、消費者の主体的な行動に対する支援を行っています。

・ホームページＵＲＬ　http://www.kokusen.go.jp/
・携帯版ＵＲＬ　http://www.kokusen.go.jp/i/　http://www.kokusen.go.jp/au/
　　http://www. kokusen.go.jp/vo/

①　ホームページ

ホームページでは、一般消費者向けから専門性の高い内容まで多数の生活関連情報を扱い、ほぼ毎日、情報を追加・更新しています。最近の総ページビューは、１か月平均で約200万ページに達しています。

１）国民生活センターの情報

主な相談事例と結果概要、消費者問題の判例、商品テスト結果や消費者トラブル等に関する公表情報、製品の回収・無料修理等を告知する事業者の社告、ＡＤＲ（裁判外紛争解決手続）情報等を掲載しています。「各種相談の傾向」では取材や問合せの多いテーマを中心に、最近の相談事例や相談件数を掲載しています。また、「消費者トラブルメール箱」では消費者からのトラブル事例を収集しています。寄せられることの多いテーマはＦＡＱを掲載。「消費生活相談データベース」では全国の消費生活センターと国民生活センターに寄せられた消費生活相談を検索することができます。また、関心の高いテーマについては「注目情報」のコーナーで積極的な情報提供に努めています。

２）　国の機関の情報

中央省庁等がホームページで公開する消費者行政・消費者問題関係の所在情報(ＵＲＬ)を収集し、一覧にまとめています。省庁別検索も可能です。

３）地方自治体の情報

ホームページに消費生活に関連する専用コーナーを持つ自治体は数多くあり、さまざまな情報を提供しています。そこで、「地方公共団体の消費者情報」としてまとめ、リンク集を作成して紹介しています（2010年８月現在、271か所）。

②　メールマガジン

2000年４月から、月２回、メールマガジン「生活ニューネットマガジン」を発行しています。内容は、行政機関等がインターネットで発信する生活に関連する最新情報の所在情報(ＵＲＬ)です。メールマガジンには、「生活情報版」と「講座・イベント版」の２種類があり、国の生活関連情報のほか、地方自治体の商品テスト情報・調査結果・相談情報・消費生活講座・催し物等、消費者に身近な情報を多数掲載しています。

さらに、2004年４月より新着情報サービスとして、国民生活センターホームページに新しい情報が掲載されるつど、メールマガジン「おすすめフレッシュ便」を発

行しています。

2008年４月からは高齢者･障害者のトラブルを食い止めるための「見守り新鮮情報」を月２回程度、子どものトラブル未然防止のための「子どもサポート情報」を月１回程度発行しています。

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター広報部広報室
電話 03-3443-6226

③ 消費者問題出前講座

消費者トラブルの防止には、消費者自身も消費者問題に関する知識・理解を深めていくことが大切です。そこで、公民館等の施設や集会所等に消費者問題に関する専門家などを派遣する「消費者問題出前講座」を実施しています。

悪質商法など消費者契約に関するトラブルや製品事故未然防止について、高齢者や障害者は、地理的、身体的な理由などにより、これらの情報を得る手段に乏しく、悪質商法などの被害者になりやすい状況にあります。そこで、2001年度より内閣府では消費者トラブルに関する情報を知る機会の少ない高齢者･障害者やこれらの人々と日常的に接している民生委員や介護ヘルパー等を対象とした「消費者問題出前講座」を開始しました(2008年度に国民生活センターに移管)。

本事業では、全国の各種団体（老人クラブや高齢者学級、介護関連施設等）から依頼を受け、消費生活相談員などを講師として全国各地の公民館等の施設や集会所に派遣し、啓発講座を行っています。

この出前講座では、悪質商法や製品安全などのテーマについて、小冊子やパンフレット等を使った講義を行う他、受講者も参加してのロールプレイイング、ビデオ、紙芝居等、参加者にとって親しみやすい方式を織り込んで実施しています。

※講座開催実績：2008年度 1,517件、2009年度 1,514件

④ 見守り新鮮情報

高齢者や障害者の消費者トラブルや製品事故の予防、早期発見、拡大防止のために、悪質商法の新たな手口などを伝えるメールマガジン「見守り新鮮情報」を月２回程度配信しています。

高齢者を狙った「悪質住宅リフォーム問題」に対する政府の対応策である「悪質住宅リフォーム問題への対応」（2005年９月16日　消費者政策会議関係委員会議決定）に基づき、高齢者や障害者の周りの人々による見守りの強化の一環として、内閣府は、高齢者や障害者の周りの人々に悪質商法についての情報提供等を行う仕組みについて検討する「高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会」を2005年12月に設置しました。

その結果、消費生活相談の現場でキャッチした警戒を要すると思われる悪質商法についての情報を日頃から高齢者や障害者に接している周りの人々へ迅速に電子メールで届けることを通じて、高齢者や障害者に対し注意喚起を行うこととするため

に、2006年８月よりメールマガジン「見守り新鮮情報」の発行を始めました(2008年度に内閣府から国民生活センターに移管)。

メールマガジン「見守り新鮮情報」は、各地の消費生活相談の現場や国民生活センターで受けた相談事例を新奇性、拡大性、多発性、悪質性、深刻性、時事性、安全性などの観点から分析・編集し、電子メールで届けるものです。配信頻度は月に２回程度です。国民生活センターのホームページ（http://www.kokusen.go.jp/）から登録することができます。携帯電話からの登録もできます。

今まで配信した具体的な事例としては、「頼んでいないのに勝手にカニが送られてきた」、『“すばらしい作品”“ぜひ掲載したい”短歌・俳句の新聞掲載トラブル』、「国の新しい制度を口実にした、石油給湯機の点検商法！」などがあります。

高齢者や障害者を悪質商法の被害から守るためには、高齢者や障害者の周りの人々の協力が必要です。是非、ご登録ください。

[見守り新鮮情報の概要]

目　　的：高齢者･障害者の消費者トラブルの予防、早期発見、拡大防止
情報発信元：各地消費生活センター、国民生活センター等
情報配信者：国民生活センター
手　　段：パソコン及び携帯電話の電子メール
配信する情報：悪質商法による被害や悪質業者の手口、製品安全に関する情報など
配　信　先：高齢福祉関係団体、地方公共団体、希望する人（高齢者･障害者やその家族、高齢者･障害者の周りの人々、その他）
配 信 頻 度：月に２回程度
登録画面（パソコン用）：https:// www.kokusen.go.jp/mimamori/index.html
登録画面（携帯電話用）：https://filsp.jp/mimamori/m/m_top.html

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター広報部広報室「見守り情報」担当
電話 03-3443-8623(直通)

参考資料

Ⅰ　消費者基本法

昭和43年５月30日法律第78号
最終改正：平成21年６月５日法律第49号

第１章　総　　則

（目的）

第１条　この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もつて国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

（基本理念）

第２条　消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

２　消費者の自立の支援に当たつては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

３　消費者政策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

４　消費者政策の推進は、消費生活における国際化の進展にかんがみ、国際的な連携を確保しつつ行われなければならない。

５　消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

（国の責務）

第３条　国は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのつとり、消費者政策を推進する責務を有する。

（地方公共団体の責務）

第４条　地方公共団体は、第２条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのつとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状況に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

（事業者の責務等）

第５条　事業者は、第２条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

１　消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。

２　消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。

３　消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。

４　消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。

５　国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

２　事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

第６条　事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

第７条　消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

２　消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第８条　消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

（消費者基本計画）

第９条　政府は、消費者政策の計画的な推進を図るため、消費者政策の推進に関する基本的な計画（以下「消費者基本計画」という。）を定めなければならない。

２　消費者基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

１　長期的に講ずべき消費者政策の大綱

２　前号に掲げるもののほか、消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項

３　内閣総理大臣は、消費者基本計画の案につき閣議の決定を求めなければならない。

４　内閣総理大臣は、前項の規定による閣議の決定があつたときは、遅滞なく、消費者基本計画を公表しなければならない。

５　前２項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

（法制上の措置等）

第10条　国は、この法律の目的を達成するため、必要な関係法令の制定又は改正を行

なわなければならない。

2　政府は、この法律の目的を達成するため、必要な財政上の措置を講じなければならない。

第２章　基本的施策

（安全の確保）

第11条　国は、国民の消費生活における安全を確保するため、商品及び役務についての必要な基準の整備及び確保、安全を害するおそれがある商品の事業者による回収の促進、安全を害するおそれがある商品及び役務に関する情報の収集及び提供等必要な施策を講ずるものとする。

（消費者契約の適正化等）

第12条　国は、消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、消費者との間の契約の締結に際しての事業者による情報提供及び勧誘の適正化、公正な契約条項の確保等必要な施策を講ずるものとする。

（計量の適正化）

第13条　国は、消費者が事業者との間の取引に際し計量につき不利益をこうむることがないようにするため、商品及び役務について適正な計量の実施の確保を図るために必要な施策を講ずるものとする。

（規格の適正化）

第14条　国は、商品の品質の改善及び国民の消費生活の合理化に寄与するため、商品及び役務について、適正な規格を整備し、その普及を図る等必要な施策を講ずるものとする。

2　前項の規定による規格の整備は、技術の進歩、消費生活の向上等に応じて行なうものとする。

（広告その他の表示の適正化等）

第15条　国は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするため、商品及び役務について、品質等に関する広告その他の表示に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制する等必要な施策を講ずるものとする。

（公正自由な競争の促進等）

第16条　国は、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の拡大を図るため、公正かつ自由な競争を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

2　国は、国民の消費生活において重要度の高い商品及び役務の価格等であつてその形成につき決定、認可その他の国の措置が必要とされるものについては、これらの措置を講ずるに当たり、消費者に与える影響を十分に考慮するよう努めるものとする。

（啓発活動及び教育の推進）

第17条　国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたつて消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

2　地方公共団体は、前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状況に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。

（意見の反映及び透明性の確保）

第18条　国は、適正な消費者政策の推進に資するため、消費生活に関する消費者等の意見を施策に反映し、当該施策の策定の過程の透明性を確保するための制度を整備する等必要な施策を講ずるものとする。

（苦情処理及び紛争解決の促進）

第19条　地方公共団体は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情の処理のあつせん等に努めなければならない。この場合において、都道府県は、市町村（特別区を含む。）との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあつせん等を行うものとするとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するよう努めなければならない。

2　国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策（都道府県にあつては、前項に規定するものを除く。）を講ずるよう努めなければならない。

3　国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた紛争が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に解決されるようにするために必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

（高度情報通信社会の進展への的確な対応）

第20条　国は、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動及び教育の推進、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たつて高度情報通信社会の進展に的確に対応するために必要な施策を講ずるものとする。

（国際的な連携の確保）

第21条　国は、消費生活における国際化の進展に的確に対応するため、国民の消費生活における安全及び消費者と事業者との間の適正な取引の確保、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たつて国際的な連携を確保する等必要な施策を講ずるものとする。

（環境の保全への配慮）

第22条　国は、商品又は役務の品質等に関する広告その他の表示の適正化等、消費者に対する啓発活動及び教育の推進等に当たつて環境の保全に配慮するために必要な施策を講ずるものとする。

（試験、検査等の施設の整備等）

第23条　国は、消費者政策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行う施設を整備し、役務についての調査研究等を行うとともに、必要に応じて試験、検査、

調査研究等の結果を公表する等必要な施策を講ずるものとする。

第３章　行政機関等

（行政組織の整備及び行政運営の改善）

第24条　国及び地方公共団体は、消費者政策の推進につき、総合的見地に立つた行政組織の整備及び行政運営の改善に努めなければならない。

（国民生活センターの役割）

第25条　独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあつせん及び当該苦情に係る相談、事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務についての調査研究等、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする。

（消費者団体の自主的な活動の促進）

第26条　国は、国民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第４章　消費者政策会議等

（消費者政策会議）

第27条　内閣府に、消費者政策会議（以下「会議」という。）を置く。

２　会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

１　消費者基本計画の案を作成すること。

２　前号に掲げるもののほか、消費者政策の推進に関する基本的事項の企画に関して審議するとともに、消費者政策の実施を推進し、並びにその実施の状況を検証し、評価し、及び監視すること。

３　会議は、次に掲げる場合には、消費者委員会の意見を聴かなければならない。

１　消費者基本計画の案を作成しようとするとき。

２　前項第２号の検証、評価及び監視について、それらの結果の取りまとめを行おうとするとき。

第28条　会議は、会長及び委員をもつて組織する。

２　会長は、内閣総理大臣をもつて充てる。

３　委員は、次に掲げる者をもつて充てる。

１　内閣府設置法（平成11年法律第89号）第11条の２の規定により置かれた特命担当大臣

２　内閣官房長官、関係行政機関の長及び内閣府設置法第９条第１項に規定する特命担当大臣（前号の特命担当大臣を除く。）のうちから、内閣総理大臣が指定する者

４　会議に、幹事を置く。

５　幹事は、関係行政機関の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

６　幹事は、会議の所掌事務について、会長及び委員を助ける。

７　前各項に定めるもののほか、会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

（消費者委員会）

第29条　消費者政策の推進に関する基本的事項の調査審議については、この法律によるほか、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成21年法律第48号）第６条の定めるところにより、消費者委員会において行うものとする。

附　則（略）

Ⅱ　消費者基本計画

（平成22年３月30日閣議決定―抜粋―）

第１　「消費者基本計画」策定の趣旨 ～消費者政策の新たなステージ～

すべての人は、消費者です。生まれてから一生を通じ、朝目覚めてから夜眠っている間も一日中、消費者であり続けます。社会で生活していく限り、私たちはあらゆる消費者問題に直面します。消費者の権利は守らなければなりません。

多くの人の、何十年にもわたる長年の思いと努力から、平成21年９月１日に消費者庁と消費者委員会が創設されました。初めて、消費者の立場に立つ国の行政機関ができました。消費者が主役となる社会の実現に向け、これまでの施策や行政の在り方を積極的に見直すという意味で、「行政のパラダイム（価値規範）転換」の拠点として設けられたものです。

この背景には、消費者行政の前提となる健全な消費生活の基盤や行政に対する信頼が大きく揺らぐ中で、消費生活の問題を総合的・抜本的に解決していくための新たな枠組みの構築を求める声の高まりがあります。

新しい消費者行政は、行政の在り方を事業者優先から国民一人ひとりの立場に立ったものに転換していくことが重要です。また、従来の、産業振興の間接的、派生的テーマとしての縦割り行政の弊害を克服しなければなりません。

このため、消費者庁は、「消費者の利益の擁護及び増進」、「消費者の権利の尊重及び自立の支援」の観点から、これまでの行政の在り方を改めます。そして、消費者庁は消費者行政の司令塔として、また「エンジン役」としての役割を発揮していきます。さらに、消費者委員会は、消費者庁を含めた各府省庁の消費者行政全般に対する監視機能を発揮していかなければなりません。

「消費者の権利の尊重」と「自立の支援」を基本理念とする消費者基本法が平成16年に施行されたことを受けて、政府は、平成17年４月に平成17年度から平成21年度までの５年間を対象とした「消費者基本計画」を閣議決定しました。各府省庁は、この計画を消費者利益の擁護･増進に関する重要課題に政府全体として計画的・一体的に取り組むに当たっての基本的方針として施策を実施し、消費者政策会議は、この計画について、旧国民生活審議会の意見を聴きつつ、平成18年から20年にかけて毎年１回検証・評価・監視を行ってきました。

しかしながら、この間、食の安全・安心という消費生活の最も基本的な事項に対する消費者の信頼を揺るがす事件や、高齢社会を迎えるに当たって高齢者の生活の基盤である資産を狙った悪質商法など、暮らしの土台そのものを揺るがす問題が生じました。これに加え、消費者被害の発生に伴う行政の対応に対して、消費者の間に行政への大きな不信を招く事案が相次いで生じました。

このように消費生活の基盤や行政に対する信頼が大きく揺らぐ中で、創設された新たな枠組みの中で行われる消費者政策については、消費者庁はもとより、以下に掲げる各主体がそれぞれの役割を果たすとともにそれぞれが適切に協力することによって、

消費者の立場に立って他の行政機関の個別政策を含めた基本的な政策の推進に万全を期することが求められています。

①　消費者担当大臣は、内閣府設置法第12条の勧告権の適切な行使も含め、関係行政機関の総合調整に万全を期すること、また、内閣総理大臣は、消費者担当大臣の権限行使が十分に果たされるよう行政各部を指揮監督する役割を担います。

②　消費者庁は、消費者の声に耳を傾け、自らが所掌する消費者関連法令を執行すること、消費者安全法に基づき、各府省庁、国民生活センターや地方の消費生活センター等が把握した消費者事故等に関する情報を一元的に集約し、調査・分析を行うこと、消費者事故等に関する情報を迅速に発信して消費者の注意を喚起すること、各府省庁に対し措置要求を行うとともにいわゆる「すき間事案」については事業者に対する勧告や自ら措置を講じることなど、消費者行政の司令塔・エンジン役としての役割を果たします。

③　消費者委員会は、消費者の意見が直接届く透明性の高い仕組みであり、かつ、消費者庁を含めた各府省庁の消費者行政全般に対して監視機能を有する、独立した第三者機関として、その役割を果たします。具体的には、消費者の利益の擁護と増進に関する基本的な政策に関する重要事項等について調査審議するとともに、内閣総理大臣に対し勧告・報告要求を行い、関係する行政機関に対して資料要求等を行い、重要事項について建議等を行うことなど適切にその職務を遂行します。

④　各府省庁は、消費者が主役となる社会の実現を目指して、今後は、相互間の情報の共有を進め、的確な役割分担や共同の取組によって、それぞれの業務を確実に遂行します。

⑤　地方消費者行政は、消費生活の「現場」である地域において消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことを支える行政であることから、地方公共団体等において、消費生活相談体制の充実、法執行の強化、相談員等の人材の確保及び資質の向上、消費者教育・啓発活動の推進、消費者団体等との連携の確保など消費者行政の充実・強化を積極的に図ることが求められます。

⑥　事業者と事業者団体が、消費者の利益にかなうことは事業者の成長をもたらし、産業の発展につながるとの観点のもと、情報の公開・双方向のコミュニケーションの機会の拡充など、消費者の信頼を確保するための取組や、消費者の安全と安心の確保などに向けた自主的な取組に努めるとともに、政府としてもそのための適切な措置を講じます。

⑦　消費者と消費者団体は、消費生活の安定と向上を図るための自主的な活動に努めるとともに、政府としてもそのための適切な措置を講じます。

このように、消費者政策は、現行の「消費者基本計画」の最終年度における消費者庁と消費者委員会の創設を契機として、新たに大きな歩みを進めることとなりました。政府は、このような新たなステージ（段階）に入った消費者政策について、消費者基本法の基本理念にのっとり、平成22年度から平成26年度までの５年間を対象とする新たな「消費者基本計画」をここに定め、政府を挙げた消費者政策の計画的・一体的な推進に取り組んでまいります。

なお、高度情報通信社会や国際化など経済社会の進展、高齢化の一層の進行など消

費者を取り巻く環境は刻々と変わります。こうした状況変化に柔軟に対応していくために、この「消費者基本計画」は、毎年度行う検証・評価・監視の中で、常に状況の変化を把握し、適切に見直しを行うこととします。

第２　消費者政策の基本的方向

消費者基本法は、消費者政策の推進は、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を基本とするとともに、高度情報通信社会の進展、消費生活の国際化の進展、環境の保全などに配慮して行われなければならないことを定めています。

また、国会における消費者庁等設置関連法案の審議において、地方公共団体の消費者行政の重要性とこれに対する国の支援の必要性が指摘され、このことは関連法案の附則や審議における附帯決議においても示されています。

政府としては、消費者基本法の規定や、関連法案の国会における審議、関連法案の附則及び附帯決議などを踏まえ、また、高齢者や子ども、障害者など消費者の年齢その他の特性に配慮するという観点に留意しつつ、この「消費者基本計画」が目指す消費者政策の基本的な枠組みと主な課題及びこれらを踏まえた重点的な取組を、以下のとおり取りまとめました。

１．消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援

(1) 消費者の安全・安心の確保

消費者の安全と安心を確保するため、政府は、食品を始めとする商品と役務についての必要な基準の整備と確保、安全を害するおそれがある商品と役務に関する情報の収集と提供、事業者による注意喚起、商品の自主的な改修や回収の促進、リスクコミュニケーション[1]の充実などの必要な施策を講じます。

特に、消費者事故等の情報について、政府は、地方公共団体や関係機関との連携の下、消費者に対する適時かつ適切な提供による消費者の注意の喚起、分析と原因の調査・究明のための体制の充実、事業者等の違法な行為に対する厳正な法執行などの必要な施策を講じます。

また、被害に遭いやすい高齢者や子ども、障害者、妊産婦など消費者の年齢その他の特性に配慮しながら、消費者事故等の再発・拡大防止、未然防止に取り組みます。

とりわけ食の安全・安心の確保については大きく前進していく必要があることから、リスク評価機関[2]、リスク管理機関[3]とともに、消費者の立場に立った情報提供、消費者の意見の施策への反映に取り組むなど、消費者庁が司令塔・エンジン役としての役割を発揮します。

＜重点的な取組＞

ア　情報を必要とする消費者に確実に届くよう、迅速かつ的確な情報の収集・発信の体制を整備します。(PIO-NET・事故情報データバンクを活用した情報収集・発信体制の整備等)

イ　情報の分析・原因究明を的確かつ迅速に進めます。(事故情報分析タスクフォースなどを通じた迅速・的確な分析・原因究明、消費者事故の独立した公正かつ網羅的な調査機関の在り方の検討等)

ウ　食の安全・安心を確保するための施策に取り組みます。(食品安全の総合的方針である「基本的事項」改定、食品の安全性に関するリスクコミュニケーションの一層の促進等)

(2) 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保

消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、政府は、消費者との間の契約の締結に際しての事業者による情報提供と勧誘の適正化、公正な契約条項の確保などの必要な施策を講じます。

また、消費者の商品の購入や使用又は役務の利用に際し、その自主的かつ合理的な選択が妨げられないようにするため、政府は、高齢者や子ども、障害者など消費者の年齢その他の特性に配慮しながら、消費者及び事業者の双方にとって明確で分かりやすいものとする観点も踏まえつつ、商品と役務の品質などに関する広告その他の表示に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制するなどの必要な施策を講じます。

さらに、政府は、商品と役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の拡大を図るため、公正かつ自由な競争を促進するために必要な施策を講じます。また、国民の消費生活において重要な公共料金等については、その決定、認可等に当たり、消費者に与える影響を十分に考慮するよう努めます。

あわせて、政府は、消費者が事業者との間の取引に際し計量について不利益を被ることがないようにするため、商品と役務について適正な計量の実施の確保を図るとともに、商品と役務の品質の改善と国民の消費生活の安定と向上のため、商品と役務について適正な規格を整備し、その普及を図るため、必要な施策を講じます。

＜重点的な取組＞

ア　消費者取引の適正化を図るための施策を着実に推進します。(改正特定商取引法の厳正な執行、消費者契約の不当勧誘・不当条項規制の在り方や消費者団体訴訟の対象拡大の検討、住宅リフォームに関する被害防止の取組、未公開株取引等に関するトラブルに対する取組の強化等)

イ　表示・規格・計量の適正化を図るための施策を着実に推進します。(食品表示関連法令の統一的運用や一元的な法律の制定など法体系の在り方の検討等)

(3) 消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実

1 施策の策定に当たって、消費者等の意見を施策に反映し、当該施策の策定の過程の公正性・透明性を確保するため、消費者の安全に対するリスクについて情報・意見の交換を行うこと。

2 食品中に含まれる危害要因を摂取することによって、どのくらいの確率でどの程度の健康への悪影響が起きるかを科学的に評価する機関。

3 すべての関係者と協議しながら、リスク低減のための政策・措置について技術的な実行可能性、費用対効果などを検討し、適切な政策・措置を決定、実施、検証、見直しを行う機関。

政府は、消費者が自ら進んで、その消費生活に関し必要な知識を習得し、必要な情報を収集するなど自主的かつ合理的に行動することを支援するため、消費生活に関する知識の普及と情報の提供など消費者に対する啓発活動の推進などの必要な施策を講じます。

また、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、政府は、学校、家庭、地域、職域その他の様々な「場」において消費生活に関する教育が充実されるよう必要な施策を講じます。

＜重点的な取組＞

ア　消費者教育を体系的・総合的に推進します。(「消費者教育推進会議」を開催し、関係省庁が連携して消費者教育を体系的に進める体制を確立等)

イ　学校における消費者教育を推進・支援します。(副読本や教材などの作成、教員の指導力向上を目指したセミナーの開催等)

ウ　地域における消費者教育を推進・支援します。(消費者教育の多様な主体の連携の場の創設等)

エ　消費者に対する普及啓発・情報提供に努めます。(各種消費者トラブルに対する啓発教材等の作成・配布等)

(4) 消費者の意見の消費者政策への反映と透明性の確保

政府は、消費生活に関する消費者等の意見を広く施策に反映し、当該施策の策定の過程の公正性・透明性を確保するための制度の整備などの必要な施策を講じます。

(5) 消費者の被害等の救済と消費者の苦情処理・紛争解決の促進

複雑化・多様化する消費者被害について、消費者と事業者の間の情報の「質」と「量」や交渉力などの格差などから、個々の消費者が自らの力のみでは被害の回復を図ることには限界があることにかんがみ、政府は、消費者委員会の意見を踏まえつつ、消費者の被害等の適切かつ迅速な救済のための制度の整備などの必要な施策を講じます。

また、事業者と消費者との間に生じた商品や役務に関する苦情や紛争が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、政府は、地方公共団体との連携の下、地方公共団体などにおける消費生活相談の窓口体制の充実・強化、相談員の処遇の改善等を通じた人材の確保と資質の向上、地方公共団体における消費者行政の体制の整備と人材の強化、民間裁判外紛争解決手続機関、国民生活センター、地方公共団体が設置する紛争解決手続機関等を活用した紛争解決の促進などの必要な施策を講じます。

＜重点的な取組＞

ア　消費者被害の救済のための制度の創設に向け検討を行います。(不当な収益をはく奪し、被害者を救済する制度の検討等)

イ　裁判外紛争処理手続（ADR）を行う関係機関等と連携し、消費者の苦情を適切かつ迅速に処理するとともに、紛争解決を着実に実施します。(国民生活センターにおける重要消費者紛争の和解の仲介等の手続の実施、地方公共団体及び民間 ADR 機関との連携等)

２．地方公共団体、消費者団体等との連携・協働と消費者政策の実効性の確保・向上

(1) 地方公共団体への支援・連携

消費生活の現場を支えるとともに、国の行政との協働が求められる地方消費者行政の強化について、政府は、各地域の社会的、経済的状況も踏まえて、強力な支援を行い、地方公共団体との連携を強化します。特に、第一線で取り組んでいる相談員を始めとする人材の確保や能力の向上、地域での様々な関係者・関係団体の参加や連携の推進、国の行政と現場における双方向の連携強化への支援や環境づくりに取り組みます。

その際、「集中育成・強化期間」（平成21年度～23年度）における積極的かつ集中的な取組を行いつつ、「集中育成･強化期間」後の地方消費者行政については、その望ましい姿や国による支援の在り方について消費者委員会で検討し、その結果を踏まえて強化に取り組みます。

＜重点的な取組＞

「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」に基づく施策の推進、「集中育成・強化期間」後に向けた取組を実施します。

(2) 消費者団体等との連携

政府は、消費生活に関する情報の収集と提供や意見の表明、消費者に対する啓発と教育など消費生活の安定と向上を図るための消費者団体の活動との連携やそれらの活動を促進するために必要な施策を講じます。

あわせて、地域、家庭、職域その他の様々な組織や団体などによる消費生活の安定と向上を図るための活動の促進などの必要な施策を講じます。

(3) 事業者や事業者団体による自主的な取組の促進

事業者の健全な発展は消費者の利益に資するとともに、消費者の利益の増進は事業者や産業の発展に資するとの観点も踏まえ、政府は、事業者団体等との連携の下、消費者の安全の確保などに関して事業者による適正な事業活動の確保を図るとともに、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者が自らその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための事業者団体による自主的な活動などの促進、公益通報者の適切な保護の促進などの必要な施策を講じます。

(4) 行政組織体制の充実・強化

政府は、公務員に対する十分な消費者教育・研修を実施することにより消費者行政を担う人材の育成を行うとともに、各府省庁及び関係機関における消費者担当部局の強化を行い、消費者の立場に立った政策を十分に遂行し得るような行政組織の整備と行政運営の改善を図るなどの必要な施策を講じます。

消費者庁については、消費者行政の司令塔・エンジン役としての役割が発揮されているかを常に点検し、求められる役割が十分に果たせるよう、その体制の整備に努めます。特に、本計画の遂行を確実にするため、食の安全・安心の確保、情報の分析・原因の究明及び消費者教育の推進に関する司令塔・エンジン役の役割について、体制の拡充を図ります。

また、国民生活センターについて、消費者相談の充実、商品テスト機能の強化、啓発活動の推進によって、消費者トラブルの予防、消費者被害の救済や被害の再発防止を担う中核機関として同様に点検を行い、その体制の整備に努めます。

３．経済社会の発展への対応

(1) 環境に配慮した消費行動と事業活動の推進

CO_2の削減など、環境に配慮した選択を行う消費行動と環境に配慮した事業活動の重要性を踏まえ、政府は、商品と役務の品質などに関する広告その他の表示の適正化、環境に係る負荷などについてのリスクコミュニケーションの充実、消費者に対する啓発活動と教育の推進などの必要な施策を講じます。

(2) 高度情報通信社会の進展への的確な対応

高度情報通信社会の進展に伴う商品と役務の利便性等の向上の中で、これらの商品と役務についての高齢者や子ども、障害者を始めとする消費者の安全と安心の確保等の重要性を踏まえ、政府は、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動と教育の推進、苦情処理と紛争解決の促進、消費者の被害の再発・拡大防止、未然防止、個人情報の適切な保護などの必要な施策を講じます。

(3) 国際化の進展への対応

政府は、消費生活における国際化の進展に的確に対応するため、消費生活における安全と安心、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、苦情処理と紛争解決の促進などに当たって、二国間や多国間などにおける情報の共有を始めとする国際的な連携を確保することや、消費者の視点に立った我が国の立場の国際社会への発信を強化しつつ、国際的な調和が取れる基準の策定・見直しを行うなどの必要な施策を講じます。

第３　「消費者基本計画」の検証・評価・監視

この「消費者基本計画」を実効性のあるものとするためには、計画に盛り込まれた具体的施策の取組状況について、十分な検証・評価・監視を行うことが重要です。とりわけ「消費者基本計画」については、国会における消費者庁等設置関連法案の審議における附帯決議や附則において必要な措置を講じるとされている事項など、当面の３年間の進捗状況の評価が問われることとなります。このため、毎年度、計画に盛り込まれた施策の実施状況について、消費者委員会の消費者行政全般に対する監視機能

を最大限に発揮しつつ、検証・評価・監視を行います。検証・評価の結果とそれによって必要となる「消費者基本計画」の見直しについては閣議決定を行い公表することによって、翌年度の施策に確実に反映させます。その際、特に以下の３点に留意します。

① 検証・評価を行うに当たっては、その方法について、施策の内容に応じた客観的で可能な限り消費者にも分かりやすい基準を導入します。

また、検証・評価については、例えば食品の安全の確保など特に重要と考えられる課題を選択し、その課題ごとに行うなど効果的な実施に努めます。このため、消費者庁と各施策の推進に当たる関係府省庁等は、重要課題ごとの施策の実施についての工程を明確化します。

② 検証・評価を行うに際しては、

「消費者基本計画」の実施の状況や取り組むべき施策等について消費者等からの意見募集を行った上で、

各府省庁及び関係機関からのヒアリング結果などを考慮に入れた消費者委員会の意見を踏まえ、

消費者団体はもとより、地方公共団体、事業者団体等に対し十分な情報提供を行った上で、これらの団体等へのアンケートやヒアリング、意見交換会等により、その意見を聴取し、

必要に応じ専門家の意見を聴くことにより、

消費者等の意見のより的確な反映を図ることとします。

③ 各府省庁及び関係機関は、検証・評価の結果を次年度の具体的施策に適切に反映します。

【具体的施策】（略）

Ⅲ　消費者安全法

平成21年６月５日法律第50号

第１章　総　　則

（目的）

第１条　この法律は、消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保するため、内閣総理大臣による基本方針の策定について定めるとともに、都道府県及び市町村による消費生活相談等の事務の実施及び消費生活センターの設置、消費者事故等に関する情報の集約等、消費者被害の発生又は拡大の防止のための措置その他の措置を講ずることにより、関係法律による措置と相まって、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に寄与することを目的とする。

（定義）

第２条　この法律において「消費者」とは、個人（商業、工業、金融業その他の事業を行う場合におけるものを除く。）をいう。

２　この法律において「事業者」とは、商業、工業、金融業その他の事業を行う者（個人にあっては、当該事業を行う場合におけるものに限る。）をいう。

３　この法律において「消費者安全の確保」とは、消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保することをいう。

４　この法律において「消費安全性」とは、商品等（事業者がその事業として供給する商品若しくは製品又は事業者がその事業のために提供し、利用に供し、若しくは事業者がその事業として若しくはその事業のために提供する役務に使用する物品、施設若しくは工作物をいう。以下同じ。）又は役務（事業者がその事業として又はその事業のために提供するものに限る。以下同じ。）の特性、それらの通常予見される使用（飲食を含む。）又は利用（以下「使用等」という。）の形態その他の商品等又は役務に係る事情を考慮して、それらの消費者による使用等が行われる時においてそれらの通常有すべき安全性をいう。

５　この法律において「消費者事故等」とは、次に掲げる事故又は事態をいう。

１　事業者がその事業として供給する商品若しくは製品、事業者がその事業のために提供し若しくは利用に供する物品、施設若しくは工作物又は事業者がその事業として若しくはその事業のために提供する役務の消費者による使用等に伴い生じた事故であって、消費者の生命又は身体について政令で定める程度の被害が発生したもの（その事故に係る商品等又は役務が消費安全性を欠くことにより生じたものでないことが明らかであるものを除く。）

２　消費安全性を欠く商品等又は役務の消費者による使用等が行われた事態であって、前号に掲げる事故が発生するおそれがあるものとして政令で定める要件に該当するもの

３　前２号に掲げるもののほか、虚偽の又は誇大な広告その他の消費者の利益

を不当に害し、又は消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがある行為であって政令で定めるものが事業者により行われた事態

６　この法律において「重大事故等」とは、次に掲げる事故又は事態をいう。

１　前項第１号に掲げる事故のうち、その被害が重大であるものとして政令で定める要件に該当するもの

２　前項第２号に掲げる事態のうち、前号に掲げる事故を発生させるおそれがあるものとして政令で定める要件に該当するもの

（基本理念）

第３条　消費者安全の確保に関する施策の推進は、専門的知見に基づき必要とされる措置の迅速かつ効率的な実施により、消費者事故等の発生及び消費者事故等による被害の拡大を防止することを旨として、行われなければならない。

２　消費者安全の確保に関する施策の推進は、事業者による適正な事業活動の確保に配慮しつつ、消費者の需要の高度化及び多様化その他の社会経済情勢の変化に適確に対応し、消費者の利便の増進に寄与することを旨として、行われなければならない。

３　消費者安全の確保に関する施策の推進は、国及び地方公共団体の緊密な連携の下、地方公共団体の自主性及び自立性が十分に発揮されるように行われなければならない。

（国及び地方公共団体の責務）

第４条　国及び地方公共団体は、前条に定める基本理念（以下この条において「基本理念」という。）にのっとり、消費者安全の確保に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

２　国及び地方公共団体は、消費者安全の確保に関する施策の推進に当たっては、基本理念にのっとり、消費生活について専門的な知識及び経験を有する者の能力を活用するよう努めなければならない。

３　国及び地方公共団体は、消費者安全の確保に関する施策の推進に当たっては、基本理念にのっとり、消費者事故等に関する情報の開示、消費者の意見を反映させるために必要な措置その他の措置を講ずることにより、その過程の透明性を確保するよう努めなければならない。

４　国及び地方公共団体は、消費者安全の確保に関する施策の推進に当たっては、基本理念にのっとり、施策効果（当該施策に基づき実施し、又は実施しようとしている行政上の一連の行為が消費者の消費生活、社会経済及び行政運営に及ぼし、又は及ぼすことが見込まれる影響をいう。第６条第２項第４号において同じ。）の把握及びこれを基礎とする評価を行った上で、適時に、かつ、適切な方法により検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

５　国及び地方公共団体は、消費者安全の確保に関する施策の推進に当たっては、基本理念にのっとり、独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）、第十条第三項に規定する消費生活センター、都道府県警察、消防機関（消防組織法（昭和22年法律第226号）第９条各号に掲げる機関をいう。）、

保健所、病院、消費者団体その他の関係者の間の緊密な連携が図られるよう配慮しなければならない。

6　国及び地方公共団体は、啓発活動、広報活動、消費生活に関する教育活動その他の活動を通じて、消費者安全の確保に関し、国民の理解を深め、かつ、その協力を得るよう努めなければならない。

（事業者等の努力）

第５条　事業者及びその団体は、消費者安全の確保に自ら努めるとともに、国及び地方公共団体が実施する消費者安全の確保に関する施策に協力するよう努めなければならない。

2　消費者は、安心して安全で豊かな消費生活を営む上で自らが自主的かつ合理的に行動することが重要であることにかんがみ、事業者が供給し、及び提供する商品及び製品並びに役務の品質又は性能、事業者と締結すべき契約の内容その他の消費生活にかかわる事項に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集するよう努めなければならない。

第２章　基本方針

（基本方針の策定）

第６条　内閣総理大臣は、消費者安全の確保に関する基本的な方針（以下「基本方針」という。）を定めなければならない。

2　基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

1　消費者安全の確保の意義に関する事項

2　消費者安全の確保に関する施策に関する基本的事項

3　他の法律（これに基づく命令を含む。以下同じ。）の規定に基づく消費者安全の確保に関する措置の実施についての関係行政機関との連携に関する基本的事項

4　消費者安全の確保に関する施策の施策効果の把握及びこれを基礎とする評価に関する基本的事項

5　前各号に掲げるもののほか、消費者安全の確保に関する重要事項

3　基本方針は、消費者基本法（昭和43年法律第78号）第９条第１項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4　内閣総理大臣は、基本方針を定めようとするときは、あらかじめ、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるとともに、関係行政機関の長に協議し、及び消費者委員会の意見を聴かなければならない。

5　内閣総理大臣は、基本方針を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

6　前２項の規定は、基本方針の変更について準用する。

（都道府県知事による提案）

第７条　都道府県知事は、消費者安全の確保に関する施策の推進に関して、内閣総理大臣に対し、次条第１項各号に掲げる事務の実施を通じて得られた知見に基づき、基本方針の変更についての提案（以下この条において「変更提案」という。）

をすることができる。この場合においては、当該変更提案に係る基本方針の変更の案を添えなければならない。

2　内閣総理大臣は、変更提案がされた場合において、消費者委員会の意見を聴いて、当該変更提案を踏まえた基本方針の変更（変更提案に係る基本方針の変更の案の内容の全部又は一部を実現することとなる基本方針の変更をいう。次項において同じ。）をする必要があると認めるときは、遅滞なく、基本方針の変更をしなければならない。

3　内閣総理大臣は、変更提案がされた場合において、消費者委員会の意見を聴いて、当該変更提案を踏まえた基本方針の変更をする必要がないと認めるときは、遅滞なく、その旨及びその理由を当該変更提案をした都道府県知事に通知しなければならない。

第３章　消費生活相談等

第１節　消費生活相談等の事務の実施

（都道府県及び市町村による消費生活相談等の事務の実施）

第８条　都道府県は、次に掲げる事務を行うものとする。

1　次項各号に掲げる市町村の事務の実施に関し、市町村相互間の連絡調整及び市町村に対する技術的援助を行うこと。

2　消費者安全の確保に関し、主として次に掲げる事務を行うこと。

イ　事業者に対する消費者からの苦情に係る相談のうち、その対応に各市町村の区域を超えた広域的な見地を必要とするものに応じること。

ロ　事業者に対する消費者からの苦情の処理のためのあっせんのうち、その実施に各市町村の区域を超えた広域的な見地を必要とするものを行うこと。

ハ　消費者事故等の状況及び動向を把握するために必要な調査又は分析であって、専門的な知識及び技術を必要とするものを行うこと。

ニ　各市町村の区域を超えた広域的な見地から、消費者安全の確保のために必要な情報を収集し、及び住民に対し提供すること。

3　市町村との間で消費者事故等の発生に関する情報を交換すること。

4　前３号に掲げる事務に附帯する事務を行うこと。

2　市町村は、次に掲げる事務を行うものとする。

1　消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情に係る相談に応じること。

2　消費者安全の確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情の処理のためのあっせんを行うこと。

3　消費者安全の確保のために必要な情報を収集し、及び住民に対し提供すること。

4　都道府県との間で消費者事故等の発生に関する情報を交換すること。

5　前各号に掲げる事務に附帯する事務を行うこと。

（国及び国民生活センターの援助）

第９条　国及び国民生活センターは、都道府県及び市町村に対し、前条第１項各号及

び第２項各号に掲げる事務の実施に関し、情報の提供その他の必要な援助を行うものとする。

第２節　消費生活センターの設置等

（消費生活センターの設置）

第10条　都道府県は、第８条第１項各号に掲げる事務を行うため、次に掲げる要件に該当する施設又は機関を設置しなければならない。

１　第８条第１項第２号イの相談について専門的な知識及び経験を有する者を同号イ及びロに掲げる事務に従事させるものであること。

２　第８条第一項各号に掲げる事務の効率的な実施のために適切な電子情報処理組織その他の設備を備えているものであること。

３　その他第８条第１項各号に掲げる事務を適切に行うために必要なものとして政令で定める基準に適合するものであること。

２　市町村は、必要に応じ、第８条第２項各号に掲げる事務を行うため、次に掲げる要件に該当する施設又は機関を設置するよう努めなければならない。

１　第８条第２項第１号の相談について専門的な知識及び経験を有する者を同号及び同項第２号に掲げる事務に従事させるものであること。

２　第８条第２項各号に掲げる事務の効率的な実施のために適切な電子情報処理組織その他の設備を備えているものであること。

３　その他第８条第２項各号に掲げる事務を適切に行うために必要なものとして政令で定める基準に適合するものであること。

３　都道府県知事又は市町村長は、第一項又は前項の施設又は機関（以下「消費生活センター」という。）を設置したときは、遅滞なく、その名称及び住所その他内閣府令で定める事項を公示しなければならない。

（消費生活センターの事務に従事する人材の確保等）

第11条　都道府県及び消費生活センターを設置する市町村は、消費生活センターに配置された相談員（前条第１項第１号又は第２項第１号に規定する者をいう。以下この条において同じ。）の適切な処遇、研修の実施、専任の職員の配置及び養成その他の措置を講じ、相談員その他の消費生活センターの事務に従事する人材の確保及び資質の向上を図るよう努めるものとする。

第４章　消費者事故等に関する情報の集約等

（消費者事故等の発生に関する情報の通知）

第12条　行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長は、重大事故等が発生した旨の情報を得たときは、直ちに、内閣総理大臣に対し、内閣府令で定めるところにより、その旨及び当該重大事故等の概要その他内閣府令で定める事項を通知しなければならない。

２　行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長は、消費者事故等（重大事故等を除く。）が発生した旨の情報を得た場合であって、当該消費者事故等の態様、当該消費者事故等に係る商品等又は役務の特性その他当該消費者事故等に関する状況に照らし、当該消費者事故等による被害が拡大し、又は当該消費者事故等と同種若しくは類似の消費者事故等が発生するおそれがあると認めるときは、内閣総理大臣に対し、内閣府令で定めるところにより、当該消費者事故等が発生した旨及び当該消費者事故等の概要その他内閣府令で定める事項を通知するものとする。

３　前２項の規定は、その通知をすべき者が次の各号のいずれかに該当するときは、適用しない。

１　次のイからニまでに掲げる者であって、それぞれイからニまでに定める者に対し、他の法律の規定により、当該消費者事故等の発生について通知し、又は報告しなければならないこととされているもの

イ　行政機関の長　内閣総理大臣

ロ　都道府県知事　行政機関の長

ハ　市町村長　行政機関の長又は都道府県知事

ニ　国民生活センターの長　行政機関の長

２　前二項の規定により内閣総理大臣に対し消費者事故等の発生に係る通知をしなければならないこととされている他の者から当該消費者事故等の発生に関する情報を得た者（前号に該当する者を除く。）

３　前２号に掲げる者に準ずるものとして内閣府令で定める者（前２号に該当する者を除く。）

４　第１項又は第２項の場合において、行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長が、これらの規定による通知に代えて、内閣総理大臣及び当該通知をしなければならないこととされている者が電磁的方法（電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法をいう。）を利用して同一の情報を閲覧することができる状態に置く措置であって内閣府令で定めるものを講じたときは、当該通知をしたものとみなす。

（消費者事故等に関する情報の集約及び分析等）

第13条　内閣総理大臣は、前条第１項又は第２項の規定による通知により得た情報その他消費者事故等に関する情報が消費者安全の確保を図るため有効に活用されるよう、迅速かつ適確に、当該情報の集約及び分析を行い、その結果を取りまとめるものとする。

２　内閣総理大臣は、前項の規定により取りまとめた結果を、関係行政機関、関係地方公共団体及び国民生活センターに提供するとともに、消費者委員会に報告するものとする。

３　内閣総理大臣は、第１項の規定により取りまとめた結果を公表しなければならない。

４　内閣総理大臣は、国会に対し、第１項の規定により取りまとめた結果を報告しなければならない。

（資料の提供要求等）

第14条　内閣総理大臣は、前条第１項の規定による情報の集約及び分析並びにその結果の取りまとめを行うため必要があると認めるときは、関係行政機関の長、関

係地方公共団体の長、国民生活センターの長その他の関係者に対し、資料の提供、意見の表明、消費者事故等の原因の究明のために必要な調査、分析又は検査の実施その他必要な協力を求めることができる。

2　内閣総理大臣は、消費者事故等の発生又は消費者事故等による被害の拡大の防止を図るため必要があると認めるときは、関係都道府県知事又は関係市町村長に対し、消費者事故等に関して必要な報告を求めることができる。

第５章　消費者被害の発生又は拡大の防止のための措置

（消費者への注意喚起）

第15条　内閣総理大臣は、第12条第１項又は第２項の規定による通知を受けた場合その他消費者事故等の発生に関する情報を得た場合において、当該消費者事故等による被害の拡大又は当該消費者事故等と同種若しくは類似の消費者事故等の発生（以下「消費者被害の発生又は拡大」という。）の防止を図るため消費者の注意を喚起する必要があると認めるときは、当該消費者事故等の態様、当該消費者事故等による被害の状況その他の消費者被害の発生又は拡大の防止に資する情報を都道府県及び市町村に提供するとともに、これを公表するものとする。

2　内閣総理大臣は、前項の規定による公表をした場合においては、独立行政法人国民生活センター法（平成14年法律第123号）第44条第１項の規定によるほか、国民生活センターに対し、前項の消費者被害の発生又は拡大の防止に資する情報の消費者に対する提供に関し必要な措置をとることを求めることができる。

3　独立行政法人国民生活センター法第44条第２項の規定は、前項の場合について準用する。

（他の法律の規定に基づく措置の実施に関する要求）

第16条　内閣総理大臣は、第12条第１項又は第２項の規定による通知を受けた場合その他消費者事故等の発生に関する情報を得た場合において、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るために実施し得る他の法律の規定に基づく措置があり、かつ、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、当該措置が速やかに実施されることが必要であると認めるときは、当該措置の実施に関する事務を所掌する大臣に対し、当該措置の速やかな実施を求めることができる。

2　内閣総理大臣は、前項の規定により同項の措置の速やかな実施を求めたときは、同項の大臣に対し、その措置の実施状況について報告を求めることができる。

（事業者に対する勧告及び命令）

第17条　内閣総理大臣は、商品等又は役務が消費安全性を欠くことにより重大事故等が発生した場合（当該重大事故等による被害の拡大又は当該重大事故等とその原因を同じくする重大事故等の発生（以下「重大消費者被害の発生又は拡大」という。）の防止を図るために実施し得る他の法律の規定に基づく措置がある場合を除く。）において、重大消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため必要があると認めるときは、当該商品等（当該商品等が消費安全性を欠く原因となった部品、製造方法その他の事項を共通にする商品等を含む。以下この項において同じ。）又は役務を供給し、提供し、又は利用に供する事業者に対し、当該商品等又は役務につき、必要な点検、修理、改造、安全な使用方法の表示、役務の提供の方法の改善その他の必要な措置をとるべき旨を勧告することができる。

2　内閣総理大臣は、前項の規定による勧告を受けた事業者が、正当な理由がなくてその勧告に係る措置をとらなかった場合において、重大消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため特に必要があると認めるときは、当該事業者に対し、その勧告に係る措置をとるべきことを命ずることができる。

3　内閣総理大臣は、重大消費者被害の発生又は拡大の防止を図るために他の法律の規定に基づく措置が実施し得るに至ったことその他の事由により前項の命令の必要がなくなったと認めるときは、同項の規定による命令を変更し、又は取り消すものとする。

4　内閣総理大臣は、第２項の規定による命令をしようとするとき又は前項の規定による命令の変更若しくは取消しをしようとするときは、あらかじめ、消費者委員会の意見を聴かなければならない。

5　内閣総理大臣は、第２項の規定による命令をしたとき又は第３項の規定による命令の変更若しくは取消しをしたときは、その旨を公表しなければならない。

（譲渡等の禁止又は制限）

第18条　内閣総理大臣は、商品等が消費安全性を欠くことにより重大事故等が発生し、かつ、当該重大事故等による被害が拡大し、又は当該重大事故等とその原因を同じくする重大事故等が発生する急迫した危険がある場合（重大消費者被害の発生又は拡大の防止を図るために実施し得る他の法律の規定に基づく措置がある場合を除く。）において、重大消費者被害の発生又は拡大を防止するため特に必要があると認めるときは、必要な限度において、６月以内の期間を定めて、当該商品等（当該商品等が消費安全性を欠く原因となった部品、製造方法その他の事項を共通にする商品等を含む。）を事業として又は事業のために譲渡し、引き渡し、又は役務に使用することを禁止し、又は制限することができる。

2　内閣総理大臣は、重大消費者被害の発生又は拡大の防止を図るために他の法律の規定に基づく措置が実施し得るに至ったことその他の事由により前項の禁止又は制限の必要がなくなったと認めるときは、同項の規定による禁止又は制限の全部又は一部を解除するものとする。

3　内閣総理大臣は、第一項の規定による禁止若しくは制限をしようとするとき又は前項の規定による禁止若しくは制限の全部若しくは一部の解除をしようとするときは、あらかじめ、消費者委員会の意見を聴かなければならない。

4　第一項の規定による禁止若しくは制限又は第二項の規定による禁止若しくは制限の全部若しくは一部の解除は、内閣府令で定めるところにより、官報に告示して行う。

（回収等の命令）

第19条　内閣総理大臣は、事業者が前条第１項の規定による禁止又は制限に違反した場合においては、当該事業者に対し、禁止又は制限に違反して譲渡し、又は引き渡した商品又は製品の回収を図ることその他当該商品等による重大消費者被

害の発生又は拡大を防止するため必要な措置をとるべきことを命ずることができる。

（消費者委員会の勧告等）

第20条　消費者委員会は、消費者、事業者、関係行政機関の長その他の者から得た情報その他の消費者事故等に関する情報を踏まえて必要があると認めるときは、内閣総理大臣に対し、消費者被害の発生又は拡大の防止に関し必要な勧告をすることができる。

2　消費者委員会は、前項の規定により勧告をしたときは、内閣総理大臣に対し、その勧告に基づき講じた措置について報告を求めることができる。

（都道府県知事による要請）

第21条　都道府県知事は、当該都道府県の区域内における消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため必要があると認めるときは、内閣総理大臣に対し、消費者安全の確保に関し必要な措置の実施を要請することができる。この場合においては、当該要請に係る措置の内容及びその理由を記載した書面を添えなければならない。

2　内閣総理大臣は、前項の規定による要請（以下この条において「措置要請」という。）を受けた場合において、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るために実施し得る他の法律の規定に基づく措置があるときは、当該措置の実施に関する事務を所掌する大臣に同項の書面を回付しなければならない。

3　前項の規定による回付を受けた大臣は、内閣総理大臣に対し、当該措置要請に係る措置の内容の全部又は一部を実現することとなる措置を実施することとするときはその旨を、当該措置要請に係る措置の内容の全部又は一部を実現することとなる措置を実施する必要がないと認めるときはその旨及びその理由を、遅滞なく、通知しなければならない。

4　内閣総理大臣は、前項の規定による通知を受けたときは、その内容を、遅滞なく、当該措置要請をした都道府県知事に通知しなければならない。

（報告、立入調査等）

第22条　内閣総理大臣は、この法律の施行に必要な限度において、事業者に対し、必要な報告を求め、その職員に、当該事業者の事務所、事業所その他その事業を行う場所に立ち入り、必要な調査若しくは質問をさせ、又は調査に必要な限度において当該事業者の供給する物品を集取させることができる。ただし、物品を集取させるときは、時価によってその対価を支払わなければならない。

2　前項の規定により立入調査、質問又は集取をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があるときは、これを提示しなければならない。

3　第１項の規定による権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

第６章　雑　　則

（権限の委任）

第23条　内閣総理大臣は、前条第１項の規定による権限その他この法律の規定による権限（政令で定めるものを除く。）を消費者庁長官に委任する。

2　前項の規定により消費者庁長官に委任された前条第一項の規定による権限に属する事務の一部は、政令で定めるところにより、都道府県知事又は消費生活センターを置く市町村の長が行うこととすることができる。

（事務の区分）

第24条　前条第２項の規定により地方公共団体が処理することとされている事務は、地方自治法（昭和22年法律第67号）第２条第９項第１号に規定する第１号法定受託事務とする。

（内閣府令への委任）

第25条　この法律に定めるもののほか、この法律の実施のため必要な事項は、内閣府令で定める。

（経過措置）

第26条　この法律の規定に基づき命令を制定し、又は改廃する場合においては、その命令で、その制定又は改廃に伴い合理的に必要と判断される範囲内において、所要の経過措置（罰則に関する経過措置を含む。）を定めることができる。

第７章　罰則

第27条　次の各号のいずれかに該当する者は、３年以下の懲役若しくは300万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

1　第18条第一項の規定による禁止又は制限に違反した者

2　第19条の規定による命令に違反した者

第28条　第17条第二項の規定による命令に違反した者は、１年以下の懲役若しくは100万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

第29条　第22条第１項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による立入調査若しくは集取を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をした者は、50万円以下の罰金に処する。

第30条　法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人又は人の業務に関して、次の各号に掲げる規定の違反行為をしたときは、行為者を罰するほか、その法人に対して当該各号に定める罰金刑を、その人に対して各本条の罰金刑を科する。

1　第27条及び第28条　１億円以下の罰金刑

2　前条　同条の罰金刑

附 則（略）

Ⅳ　製造物責任法

平成６年７月１日法律第85号

（目的）

第１条　この法律は、製造物の欠陥により人の生命、身体又は財産に係る被害が生じた場合における製造業者等の損害賠償の責任について定めることにより、被害者の保護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

（定義）

第２条　この法律において「製造物」とは、製造又は加工された動産をいう。

２　この法律において「欠陥」とは、当該製造物の特性、その通常予見される使用形態、その製造業者等が当該製造物を引き渡した時期その他の当該製造物に係る事情を考慮して、当該製造物が通常有すべき安全性を欠いていることをいう。

３　この法律において「製造業者等」とは、次のいずれかに該当する者をいう。

１　当該製造物を業として製造、加工又は輸入した者（以下単に「製造業者」という。）

２　自ら当該製造物の製造業者として当該製造物にその氏名、商号、商標その他の表示（以下「氏名等の表示」という。）をした者又は当該製造物にその製造業者と誤認させるような氏名等の表示をした者

３　前号に掲げる者のほか、当該製造物の製造、加工、輸入又は販売に係る形態その他の事情からみて、当該製造物にその実質的な製造業者と認めることができる氏名等の表示をした者

（製造物責任）

第３条　製造業者等は、その製造、加工、輸入又は前条第３項第２号若しくは第３号の氏名等の表示をした製造物であって、その引き渡したものの欠陥により他人の生命、身体又は財産を侵害したときは、これによって生じた損害を賠償する責めに任ずる。ただし、その損害が当該製造物についてのみ生じたときは、この限りでない。

（免責事由）

第４条　前条の場合において、製造業者等は、次の各号に掲げる事項を証明したときは、同条に規定する賠償の責めに任じない。

１　当該製造物をその製造業者等が引き渡した時における科学又は技術に関する知見によっては、当該製造物にその欠陥があることを認識することができなかったこと。

２　当該製造物が他の製造物の部品又は原材料として使用された場合において、その欠陥が専ら当該他の製造物の製造業者が行った設計に関する指示に従ったことにより生じ、かつ、その欠陥が生じたことにつき過失がないこと。

（期間の制限）

第５条　第３条に規定する損害賠償の請求権は、被害者又はその法定代理人が損害及び賠償義務者を知った時から３年間行わないときは、時効によって消滅する。その製造業者等が当該製造物を引き渡した時から10年を経過したときも、同様とする。

２　前項後段の期間は、身体に蓄積した場合に人の健康を害することとなる物質による損害又は一定の潜伏期間が経過した後に症状が現れる損害については、その損害が生じた時から起算する。

（民法の適用）

第６条　製造物の欠陥による製造業者等の損害賠償の責任については、この法律の規定によるほか、民法（明治29年法律第89号）の規定による。

附　則（略）

Ⅴ　消費者契約法

平成12年5月12日法律第61号
最終改正：平成21年６月５日法律第４９号

第１章　総　　則

（目的）

第１条　この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとするとともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とするほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができることとすることにより、消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

（定義）

第２条　この法律において「消費者」とは、個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）をいう。

２　この法律（第43条第２項第２号を除く。）において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。

３　この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。

４　この法律において「適格消費者団体」とは、不特定かつ多数の消費者の利益のためにこの法律の規定による差止請求権を行使するのに必要な適格性を有する法人である消費者団体（消費者基本法（昭和43年法律第78号）第８条の消費者団体をいう。以下同じ。）として第13条の定めるところにより内閣総理大臣の認定を受けた者をいう。

（事業者及び消費者の努力）

第３条　事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。

２　消費者は、消費者契約を締結するに際しては、事業者から提供された情報を活用し、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について理解するよう努めるものとする。

第２章　消費者契約

第１節　消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し

（消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し）

第４条　消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

１　重要事項について事実と異なることを告げること。　当該告げられた内容が事実であるとの誤認

２　物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものに関し、将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項につき断定的判断を提供すること。当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認

２　消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実（当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を故意に告げなかったことにより、当該事実が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。ただし、当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。

３　消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

１　当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又はその業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。

２　当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。

４　第１項第１号及び第２項の「重要事項」とは、消費者契約に係る次に掲げる事項であって消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきものをいう。

１　物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容

２　物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件

５　第１項から第３項までの規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、これをもって善意の第三者に対抗することができない。

（媒介の委託を受けた第三者及び代理人）

第５条　前条の規定は、事業者が第三者に対し、当該事業者と消費者との間における消費者契約の締結について媒介をすることの委託(以下この項において単に「委託」という。）をし、当該委託を受けた第三者（その第三者から委託（２以上の段階にわたる委託を含む。）を受けた者を含む。以下「受託者等」という。）が消費者に対して同条第１項から第３項までに規定する行為をした場合について準用する。この場合において、同条第２項ただし書中「当該事業者」とあるのは、「当該事業者又は次条第１項に規定する受託者等」と読み替えるものとする。

２　消費者契約の締結に係る消費者の代理人（復代理人（２以上の段階にわたり復代理人として選任された者を含む。）を含む。以下同じ。）、事業者の代理人及び受託者等の代理人は、前条第１項から第３項まで（前項において準用する場合を含む。次条及び第７条において同じ。）の規定の適用については、それぞれ消費者、事業者及び受託者等とみなす。

（解釈規定）

第６条　第４条第１項から第３項までの規定は、これらの項に規定する消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示に対する民法（明治29年法律第89号）第96条の規定の適用を妨げるものと解してはならない。

（取消権の行使期間等）

第７条　第４条第１項から第３項までの規定による取消権は、追認をすることができる時から６箇月間行わないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から５年を経過したときも、同様とする。

２　会社法（平成17年法律第86号）その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出が消費者契約としてされた場合には、当該株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に係る意思表示については、第４条第１項から第３項まで（第５条第１項において準用する場合を含む。）の規定によりその取消しをすることができない。

第２節　消費者契約の条項の無効

（事業者の損害賠償の責任を免除する条項の無効）

第８条　次に掲げる消費者契約の条項は、無効とする。

１　事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除する条項

２　事業者の債務不履行（当該事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。）により消費者に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項

３　消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為により消費者に生じた損害を賠償する民法の規定による責任の全部を免除する条項

４　消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為（当該事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。）により消費者に生じた損害を賠償する民法の規定による責任の一部を免除する条項

５　消費者契約が有償契約である場合において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるとき（当該消費者契約が請負契約である場合には、当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があるとき。次項において同じ。）に、当該瑕疵により消費者に生じた損害を賠償する事業者の責任の全部を免除する条項

２　前項第５号に掲げる条項については、次に掲げる場合に該当するときは、同項の規定は、適用しない。

１　当該消費者契約において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに、当該事業者が瑕疵のない物をもってこれに代える責任又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合

２　当該消費者と当該事業者の委託を受けた他の事業者との間の契約又は当該事業者と他の事業者との間の当該消費者のためにする契約で、当該消費者契約の締結に先立って又はこれと同時に締結されたものにおいて、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに、当該他の事業者が、当該瑕疵により当該消費者に生じた損害を賠償する責任の全部若しくは一部を負い、瑕疵のない物をもってこれに代える責任を負い、又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合

（消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等の無効）

第９条　次の各号に掲げる消費者契約の条項は、当該各号に定める部分について、無効とする。

１　当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えるもの　当該超える部分

２　当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日（支払回数が２以上である場合には、それぞれの支払期日。以下この号において同じ。）までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について、その日数に応じ、当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に年14.6パーセントの割合を乗じて計算した額を超えるもの　当該超える部分

（消費者の利益を一方的に害する条項の無効）

第10条　民法、商法（明治32年法律第48号）その他の法律の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であって、民法第１条第２項に規定する基本原則に反して

消費者の利益を一方的に害するものは、無効とする。

第３節　補足

（他の法律の適用）

第11条　消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力については、この法律の規定によるほか、民法及び商法の規定による。

２　消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力について民法及び商法以外の他の法律に別段の定めがあるときは、その定めるところによる。

第３章　差止請求

第１節　差止請求権

（差止請求権）

第12条　適格消費者団体は、事業者、受託者等又は事業者の代理人若しくは受託者等の代理人（以下「事業者等」と総称する。）が、消費者契約の締結について勧誘をするに際し、不特定かつ多数の消費者に対して第４条第１項から第３項までに規定する行為（同条第２項に規定する行為にあっては、同項ただし書の場合に該当するものを除く。次項において同じ。）を現に行い又は行うおそれがあるときは、その事業者等に対し、当該行為の停止若しくは予防又は当該行為に供した物の廃棄若しくは除去その他の当該行為の停止若しくは予防に必要な措置をとることを請求することができる。ただし、民法及び商法以外の他の法律の規定によれば当該行為を理由として当該消費者契約を取り消すことができないときは、この限りでない。

２　適格消費者団体は、次の各号に掲げる者が、消費者契約の締結について勧誘をするに際し、不特定かつ多数の消費者に対して第４条第１項から第３項までに規定する行為を現に行い又は行うおそれがあるときは、当該各号に定める者に対し、当該各号に掲げる者に対する是正の指示又は教唆の停止その他の当該行為の停止又は予防に必要な措置をとることを請求することができる。この場合においては、前項ただし書の規定を準用する。

１　受託者等　当該受託者等に対して委託（２以上の段階にわたる委託を含む。）をした事業者又は他の受託者等

２　事業者の代理人又は受託者等の代理人　当該代理人を自己の代理人とする事業者若しくは受託者等又はこれらの他の代理人

３　適格消費者団体は、事業者又はその代理人が、消費者契約を締結するに際し、不特定かつ多数の消費者との間で第八条から第10条までに規定する消費者契約の条項（第８条第１項第５号に掲げる消費者契約の条項にあっては、同条第２項各号に掲げる場合に該当するものを除く。次項において同じ。）を含む消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を現に行い又は行うおそれがあるときは、その事業者又はその代理人に対し、当該行為の停止若しくは予防又は当該行為に供した物の廃棄若しくは除去その他の当該行為の停止若しくは予防に必要な

措置をとることを請求することができる。ただし、民法及び商法以外の他の法律の規定によれば当該消費者契約の条項が無効とされないときは、この限りでない。

４　適格消費者団体は、事業者の代理人が、消費者契約を締結するに際し、不特定かつ多数の消費者との間で第８条から第10条までに規定する消費者契約の条項を含む消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を現に行い又は行うおそれがあるときは、当該代理人を自己の代理人とする事業者又は他の代理人に対し、当該代理人に対する是正の指示又は教唆の停止その他の当該行為の停止又は予防に必要な措置をとることを請求することができる。この場合においては、前項ただし書の規定を準用する。

（差止請求権の制限）

第12条の２　前条、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）第10条又は特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）第58条の４から第58条の９までの規定による請求（以下「差止請求」という。）は、次に掲げる場合には、することができない。

１　当該適格消費者団体若しくは第三者の不正な利益を図り又は当該事業者等に損害を加えることを目的とする場合

２　他の適格消費者団体を当事者とする差止請求に係る訴訟等（訴訟並びに和解の申立てに係る手続、調停及び仲裁をいう。以下同じ。）につき既に確定判決等（確定判決及びこれと同一の効力を有するものをいい、次のイからハまでに掲げるものを除く。以下同じ。）が存する場合において、請求の内容及び相手方である事業者等が同一である場合。ただし、当該他の適格消費者団体について、当該確定判決等に係る訴訟等の手続に関し、次条第１項の認定が第34条第１項第４号に掲げる事由により取り消され、又は同条第３項の規定により同条第１項第４号に掲げる事由があった旨の認定がされたときは、この限りでない。

イ　訴えを却下した確定判決

ロ　前号に掲げる場合に該当することのみを理由として差止請求を棄却した確定判決及び仲裁判断

ハ　差止請求をする権利（以下「差止請求権」という。）の不存在又は差止請求権に係る債務の不存在の確認の請求（第24条において「差止請求権不存在等確認請求」という。）を棄却した確定判決及びこれと同一の効力を有するもの

２　前項第２号本文の規定は、当該確定判決に係る訴訟の口頭弁論の終結後又は当該確定判決と同一の効力を有するものの成立後に生じた事由に基づいて同号本文に掲げる場合の当該差止請求をすることを妨げない。

第２節　適格消費者団体

第１款　適格消費者団体の認定等

（適格消費者団体の認定）

第13条　差止請求関係業務（不特定かつ多数の消費者の利益のために差止請求権を行使する業務並びに当該業務の遂行に必要な消費者の被害に関する情報の収集並びに消費者の被害の防止及び救済に資する差止請求権の行使の結果に関する情報の提供に係る業務をいう。以下同じ。）を行おうとする者は、内閣総理大臣の認定を受けなければならない。

2　前項の認定を受けようとする者は、内閣総理大臣に認定の申請をしなければならない。

3　内閣総理大臣は、前項の申請をした者が次に掲げる要件のすべてに適合しているときに限り、第１項の認定をすることができる。

1　特定非営利活動促進法（平成10年法律第７号）第２条第２項に規定する特定非営利活動法人又は一般社団法人若しくは一般財団法人であること。

2　消費生活に関する情報の収集及び提供並びに消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の不特定かつ多数の消費者の利益の擁護を図るための活動を行うことを主たる目的とし、現にその活動を相当期間にわたり継続して適正に行っていると認められること。

3　差止請求関係業務の実施に係る組織、差止請求関係業務の実施の方法、差止請求関係業務に関して知り得た情報の管理及び秘密の保持の方法その他の差止請求関係業務を適正に遂行するための体制及び業務規程が適切に整備されていること。

4　その理事に関し、次に掲げる要件に適合するものであること。

イ　差止請求関係業務の執行を決定する機関として理事をもって構成する理事会が置かれており、かつ、定款又は寄附行為で定めるその決定の方法が次に掲げる要件に適合していると認められること。

⑴　当該理事会の決議が理事の過半数又はこれを上回る割合以上の多数決により行われるものとされていること。

⑵　第41条第１項の規定による差止請求、差止請求に係る訴えの提起その他の差止請求関係業務の執行に係る重要な事項の決定が理事その他の者に委任されていないこと。

ロ　理事の構成が次の⑴又は⑵のいずれかに該当するものでないこと。この場合において、第２号に掲げる要件に適合する者は、次の⑴又は⑵に規定する事業者に該当しないものとみなす。

⑴　理事の数のうちに占める特定の事業者（当該事業者との間に発行済株式の総数の２分の１以上の株式の数を保有する関係その他の内閣府令で定める特別の関係のある者を含む。）の関係者（当 該事業者及びその役員又は職員である者その他の内閣府令で定める者をいう。⑵において同じ。）の数の割合が３分の１を超えていること。

⑵　理事の数のうちに占める同一の業種（内閣府令で定める事業の区分をいう。）に属する事業を行う事業者の関係者の数の割合が２分の１を超えていること。

5　差止請求の要否及びその内容についての検討を行う部門において次のイ及

びロに掲げる者（以下「専門委員」と総称する。）が共にその専門的な知識経験に基づいて必要な助言を行い又は意見を述べる体制が整備されていることその他差止請求関係業務を遂行するための人的体制に照らして、差止請求関係業務を適正に遂行することができる専門的な知識経験を有すると認められること。

イ　消費生活に関する消費者と事業者との間に生じた苦情に係る相談（第40条第１項において「消費生活相談」という。）その他の消費生活に関する事項について専門的な知識経験を有する者として内閣府令で定める条件に適合する者

ロ　弁護士、司法書士その他の法律に関する専門的な知識経験を有する者として内閣府令で定める条件に適合する者

6　差止請求関係業務を適正に遂行するに足りる経理的基礎を有すること。

7　差止請求関係業務以外の業務を行う場合には、その業務を行うことによって差止請求関係業務の適正な遂行に支障を及ぼすおそれがないこと。

4　前項第３号の業務規程には、差止請求関係業務の実施の方法、差止請求関係業務に関して知り得た情報の管理及び秘密の保持の方法その他の内閣府令で定める事項が定められていなければならない。この場合において、業務規程に定める差止請求関係業務の実施の方法には、同項第５号の検討を行う部門における専門委員からの助言又は意見の聴取に関する措置及び役員、職員又は専門委員が差止請求に係る相手方と特別の利害関係を有する場合の措置その他業務の公正な実施の確保に関する措置が含まれていなければならない。

5　次のいずれかに該当する者は、第１項の認定を受けることができない。

1　この法律その他消費者の利益の擁護に関する法律で政令で定めるもの若しくはこれらの法律に基づく命令の規定又はこれらの規定に基づく処分に違反して罰金の刑に処せられ、その刑の執行を終わり、又はその刑の執行を受けることがなくなった日から３年を経過しない法人

2　第34条第１項各号に掲げる事由により第１項の認定を取り消され、又は同条第３項の規定により同条第１項第４号に掲げる事由があった旨の認定がされ、その取消し又は認定の日から３年を経過しない法人

3　暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律（平成３年法律第77号）第２条第６号に規定する暴力団員（以下この号において「暴力団員」という。）又は暴力団員でなくなった日から５年を経過しない者（次号及び第６号ハにおいて「暴力団員等」という。）がその事業活動を支配する法人

4　暴力団員等をその業務に従事させ、又はその業務の補助者として使用するおそれのある法人

5　政治団体（政治資金規正法（昭和23年法律第194号）第３条第１項に規定する政治団体をいう。）

6　役員のうちに次のいずれかに該当する者のある法人

イ　禁錮以上の刑に処せられ、又はこの法律その他消費者の利益の擁護に関する法律で政令で定めるもの若しくはこれらの法律に基づく命令の規定若

しくはこれらの規定に基づく処分に違反して罰金の刑に処せられ、その刑の執行を終わり、又はその刑の執行を受けることがなくなった日から３年を経過しない者

ロ　適格消費者団体が第34条第１項各号に掲げる事由により第１項の認定を取り消され、又は同条第３項の規定により同条第１項第４号に掲げる事由があった旨の認定がされた場合において、その取消し又は認定の日前６月以内に当該適格消費者団体の役員であった者でその取消し又は認定の日から３年を経過しないもの

ハ　暴力団員等

（認定の申請）

第14条　前条第２項の申請は、次に掲げる事項を記載した申請書を内閣総理大臣に提出してしなければならない。

１　名称及び住所並びに代表者の氏名

２　差止請求関係業務を行おうとする事務所の所在地

３　前２号に掲げるもののほか、内閣府令で定める事項

２　前項の申請書には、次に掲げる書類を添付しなければならない。

１　定款

２　不特定かつ多数の消費者の利益の擁護を図るための活動を相当期間にわたり継続して適正に行っていることを証する書類

３　差止請求関係業務に関する業務計画書

４　差止請求関係業務を適正に遂行するための体制が整備されていることを証する書類

５　業務規程

６　役員、職員及び専門委員に関する次に掲げる書類

イ　氏名、役職及び職業を記載した書類

ロ　住所、略歴その他内閣府令で定める事項を記載した書類

７　前条第３項第１号の法人の社員について、その数及び個人又は法人その他の団体の別（社員が法人その他の団体である場合にあっては、その構成員の数を含む。）を記載した書類

８　最近の事業年度における財産目録、貸借対照表、収支計算書その他の経理的基礎を有することを証する書類

９　前条第５項各号のいずれにも該当しないことを誓約する書面

10　差止請求関係業務以外の業務を行う場合には、その業務の種類及び概要を記載した書類

11　その他内閣府令で定める書類

（認定の申請に関する公告及び縦覧等）

第15条　内閣総理大臣は、前条の規定による認定の申請があった場合には、遅滞なく、内閣府令で定めるところにより、その旨並びに同条第１項第１号及び第２号に掲げる事項を公告するとともに、同条第２項各号（第６号ロ、第９号及び第11号を除く。）に掲げる書類を、公告の日から２週間、公衆の縦覧に供しなければ

ならない。

２　内閣総理大臣は、第13条第１項の認定をしようとするときは、同条第３項第２号に規定する事由の有無について、経済産業大臣の意見を聴くものとする。

３　内閣総理大臣は、前条の規定による認定の申請をした者について第13条第５項第３号、第４号又は第６号ハに該当する疑いがあると認めるときは、警察庁長官の意見を聴くものとする。

（認定の公示等）

第16条　内閣総理大臣は、第13条第１項の認定をしたときは、内閣府令で定めるところにより、当該適格消費者団体の名称及び住所、差止請求関係業務を行う事務所の所在地並びに当該認定をした日を公示するとともに、当該適格消費者団体に対し、その旨を書面により通知するものとする。

２　適格消費者団体は、内閣府令で定めるところにより、適格消費者団体である旨を、差止請求関係業務を行う事務所において見やすいように掲示しなければならない。

３　適格消費者団体でない者は、その名称中に適格消費者団体であると誤認されるおそれのある文字を用い、又はその業務に関し、適格消費者団体であると誤認されるおそれのある表示をしてはならない。

（認定の有効期間等）

第17条　第13条第１項の認定の有効期間は、当該認定の日から起算して３年とする。

２　前項の有効期間の満了後引き続き差止請求関係業務を行おうとする適格消費者団体は、その有効期間の更新を受けなければならない。

３　前項の有効期間の更新を受けようとする適格消費者団体は、第１項の有効期間の満了の日の90日前から60日前までの間（以下この項において「更新申請期間」という。）に、内閣総理大臣に有効期間の更新の申請をしなければならない。ただし、災害その他やむを得ない事由により更新申請期間にその申請をすることができないときは、この限りでない。

４　前項の申請があった場合において、第１項の有効期間の満了の日までにその申請に対する処分がされないときは、従前の認定は、同項の有効期間の満了後もその処分がされるまでの間は、なお効力を有する。

５　前項の場合において、第２項の有効期間の更新がされたときは、その認定の有効期間は、従前の認定の有効期間の満了の日の翌日から起算するものとする。

６　第13条（第１項及び第５項第２号を除く。）、第14条、第15条及び前条第１項の規定は、第２項の有効期間の更新について準用する。ただし、第14条第２項各号に掲げる書類については、既に内閣総理大臣に提出されている当該書類の内容に変更がないときは、その添付を省略することができる。

（変更の届出）

第18条　適格消費者団体は、第14条第１項各号に掲げる事項又は同条第２項各号（第２号及び第11号を除く。）に掲げる書類に記載した事項に変更があったときは、遅滞なく、内閣府令で定めるところにより、その旨を記載した届出書を内閣総理大臣に提出しなければならない。ただし、その変更が内閣府令で定める軽微

なものであるときは、この限りでない。

（合併の届出及び認可等）

第19条　適格消費者団体である法人が他の適格消費者団体である法人と合併をしたときは、合併後存続する法人又は合併により設立された法人は、合併により消滅した法人のこの法律の規定による適格消費者団体としての地位を承継する。

2　前項の規定により合併により消滅した法人のこの法律の規定による適格消費者団体としての地位を承継した法人は、遅滞なく、その旨を内閣総理大臣に届け出なければならない。

3　適格消費者団体である法人が適格消費者団体でない法人と合併をした場合には、合併後存続する法人又は合併により設立された法人は、その合併について内閣総理大臣の認可がされたときに限り、合併により消滅した法人のこの法律の規定による適格消費者団体としての地位を承継する。

4　前項の認可を受けようとする適格消費者団体は、その合併がその効力を生ずる日の90日前から60日前までの間（以下この項において「認可申請期間」という。）に、内閣総理大臣に認可の申請をしなければならない。ただし、災害その他やむを得ない事由により認可申請期間にその申請をすることができないときは、この限りでない。

5　前項の申請があった場合において、その合併がその効力を生ずる日までにその申請に対する処分がされないときは、合併後存続する法人又は合併により設立された法人は、その処分がされるまでの間は、合併により消滅した法人のこの法律の規定による適格消費者団体としての地位を承継しているものとみなす。

6　第13条（第１項を除く。）、第14条、第15条及び第16条第１項の規定は、第３項の認可について準用する。

7　適格消費者団体である法人は、適格消費者団体でない法人と合併をする場合において、第４項の申請をしないときは、その合併がその効力を生ずる日までに、その旨を内閣総理大臣に届け出なければならない。

8　内閣総理大臣は、第２項又は前項の規定による届出があったときは、内閣府令で定めるところにより、その旨を公示するものとする。

（事業の譲渡の届出及び認可等）

第20条　適格消費者団体である法人が他の適格消費者団体である法人に対し差止請求関係業務に係る事業の全部の譲渡をしたときは、その譲渡を受けた法人は、その譲渡をした法人のこの法律の規定による適格消費者団体としての地位を承継する。

2　前項の規定によりその譲渡をした法人のこの法律の規定による適格消費者団体としての地位を承継した法人は、遅滞なく、その旨を内閣総理大臣に届け出なければならない。

3　適格消費者団体である法人が適格消費者団体でない法人に対し差止請求関係業務に係る事業の全部の譲渡をした場合には、その譲渡を受けた法人は、その譲渡について内閣総理大臣の認可がされたときに限り、その譲渡をした法人のこの法律の規定による適格消費者団体としての地位を承継する。

4　前項の認可を受けようとする適格消費者団体は、その譲渡の日の90日前から60日前までの間（以下この項において「認可申請期間」という。）に、内閣総理大臣に認可の申請をしなければならない。ただし、災害その他やむを得ない事由により認可申請期間にその申請をすることができないときは、この限りでない。

5　前項の申請があった場合において、その譲渡の日までにその申請に対する処分がされないときは、その譲渡を受けた法人は、その処分がされるまでの間は、その譲渡をした法人のこの法律の規定による適格消費者団体としての地位を承継しているものとみなす。

6　第13条（第１項を除く。）、第14条、第15条及び第16条第１項の規定は、第３項の認可について準用する。

7　適格消費者団体である法人は、適格消費者団体でない法人に対し差止請求関係業務に係る事業の全部の譲渡をする場合において、第４項の申請をしないときは、その譲渡の日までに、その旨を内閣総理大臣に届け出なければならない。

8　内閣総理大臣は、第２項又は前項の規定による届出があったときは、内閣府令で定めるところにより、その旨を公示するものとする。

（解散の届出等）

第21条　適格消費者団体が次の各号に掲げる場合のいずれかに該当することとなったときは、当該各号に定める者は、遅滞なく、その旨を内閣総理大臣に届け出なければならない。

1　破産手続開始の決定により解散した場合　破産管財人

2　合併及び破産手続開始の決定以外の理由により解散した場合　清算人

3　差止請求関係業務を廃止した場合　法人の代表者

2　内閣総理大臣は、前項の規定による届出があったときは、内閣府令で定めるところにより、その旨を公示するものとする。

（認定の失効）

第22条　適格消費者団体について、次のいずれかに掲げる事由が生じたときは、第13条第１項の認定は、その効力を失う。

1　第13条第１項の認定の有効期間が経過したとき（第17条第４項に規定する場合にあっては、更新拒否処分がされたとき）。

2　適格消費者団体である法人が適格消費者団体でない法人と合併をした場合において、その合併が第19条第３項の認可を経ずにその効力を生じたとき（同条第５項に規定する場合にあっては、その合併の不認可処分がされたとき）。

3　適格消費者団体である法人が適格消費者団体でない法人に対し差止請求関係業務に係る事業の全部の譲渡をした場合において、その譲渡が第20条第３項の認可を経ずにされたとき（同条第５項に規定する場合にあっては、その譲渡の不認可処分がされたとき）。

4　適格消費者団体が前条第１項各号に掲げる場合のいずれかに該当することとなったとき。

第２款　差止請求関係業務等

（差止請求権の行使等）

第23条　適格消費者団体は、不特定かつ多数の消費者の利益のために、差止請求権を適切に行使しなければならない。

２　適格消費者団体は、差止請求権を濫用してはならない。

３　適格消費者団体は、事案の性質に応じて他の適格消費者団体と共同して差止請求権を行使するほか、差止請求関係業務について相互に連携を図りながら協力するように努めなければならない。

４　適格消費者団体は、次に掲げる場合には、内閣府令で定めるところにより、遅滞なく、その旨を他の適格消費者団体に通知するとともに、その旨及びその内容その他内閣府令で定める事項を内閣総理大臣に報告しなければならない。この場合において、当該適格消費者団体が、当該通知及び報告に代えて、すべての適格消費者団体及び内閣総理大臣が電磁的方法（電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法をいう。以下同じ。）を利用して同一の情報を閲覧することができる状態に置く措置であって内閣府令で定めるものを講じたときは、当該通知及び報告をしたものとみなす。

１　第41条第１項（同条第３項において準用する場合を含む。）の規定による差止請求をしたとき。

２　前号に掲げる場合のほか、裁判外において差止請求をしたとき。

３　差止請求に係る訴えの提起（和解の申立て、調停の申立て又は仲裁合意を含む。）又は仮処分命令の申立てがあったとき。

４　差止請求に係る判決の言渡し（調停の成立、調停に代わる決定の告知又は仲裁判断を含む。）又は差止請求に係る仮処分命令の申立てについての決定の告知があったとき。

５　前号の判決に対する上訴の提起（調停に代わる決定に対する異議の申立て又は仲裁判断の取消しの申立てを含む。）又は同号の決定に対する不服の申立てがあったとき。

６　第四号の判決（調停に代わる決定又は仲裁判断を含む。）又は同号の決定が確定したとき。

７　差止請求に係る裁判上の和解が成立したとき。

８　前２号に掲げる場合のほか、差止請求に係る訴訟（和解の申立てに係る手続、調停手続又は仲裁手続を含む。）又は差止請求に係る仮処分命令に関する手続が終了したとき。

９　差止請求に係る裁判外の和解が成立したときその他差止請求に関する相手方との間の協議が調ったとき、又はこれが調わなかったとき。

10　差止請求に関し、請求の放棄、和解、上訴の取下げその他の内閣府令で定める手続に係る行為であって、それにより確定判決及びこれと同一の効力を有するものが存することとなるものをしようとするとき。

11　その他差止請求に関し内閣府令で定める手続に係る行為がされたとき。

５　内閣総理大臣は、前項の規定による報告を受けたときは、すべての適格消費

者団体並びに内閣総理大臣及び経済産業大臣が電磁的方法を利用して同一の情報を閲覧することができる状態に置く措置その他の内閣府令で定める方法により、他の適格消費者団体及び経済産業大臣に当該報告の日時及び概要その他内閣府令で定める事項を伝達するものとする。

６　適格消費者団体について、第12条の２第１項第２号本文の確定判決等で強制執行をすることができるものが存する場合には、当該適格消費者団体は、当該確定判決等に係る差止請求権を放棄することができない。

（消費者の被害に関する情報の取扱い）

第24条　適格消費者団体は、差止請求権の行使（差止請求権不存在等確認請求に係る訴訟を含む。第28条において同じ。）に関し、消費者から収集した消費者の被害に関する情報をその相手方その他の第三者が当該被害に係る消費者を識別することができる方法で利用するに当たっては、あらかじめ、当該消費者の同意を得なければならない。

（秘密保持義務）

第25条　適格消費者団体の役員、職員若しくは専門委員又はこれらの職にあった者は、正当な理由がなく、差止請求関係業務に関して知り得た秘密を漏らしてはならない。

（氏名等の明示）

第26条　適格消費者団体の差止請求関係業務に従事する者は、その差止請求関係業務を行うに当たり、相手方の請求があったときは、当該適格消費者団体の名称、自己の氏名及び適格消費者団体における役職又は地位その他内閣府令で定める事項を、その相手方に明らかにしなければならない。

（判決等に関する情報の提供）

第27条　適格消費者団体は、消費者の被害の防止及び救済に資するため、消費者に対し、差止請求に係る判決（確定判決と同一の効力を有するもの及び仮処分命令の申立てについての決定を含む。）又は裁判外の和解の内容その他必要な情報を提供するよう努めなければならない。

（財産上の利益の受領の禁止等）

第28条　適格消費者団体は、次に掲げる場合を除き、その差止請求に係る相手方から、その差止請求権の行使に関し、寄附金、賛助金その他名目のいかんを問わず、金銭その他の財産上の利益を受けてはならない。

１　差止請求に係る判決（確定判決と同一の効力を有するもの及び仮処分命令の申立てについての決定を含む。以下この項において同じ。）又は民事訴訟法（平成８年法律第109号）第73条第１項の決定により訴訟費用（和解の費用、調停手続の費用及び仲裁手続の費用を含む。）を負担することとされた相手方から当該訴訟費用に相当する額の償還として財産上の利益を受けるとき。

２　差止請求に係る判決に基づいて民事執行法（昭和54年法律第４号）第172条第１項の規定により命じられた金銭の支払として財産上の利益を受けるとき。

３　差止請求に係る判決に基づく強制執行の執行費用に相当する額の償還とし

て財産上の利益を受けるとき。

4　差止請求に係る相手方の債務の履行を確保するために約定された違約金の支払として財産上の利益を受けるとき。

2　適格消費者団体の役員、職員又は専門委員は、適格消費者団体の差止請求に係る相手方から、その差止請求権の行使に関し、寄附金、賛助金その他名目のいかんを問わず、金銭その他の財産上の利益を受けてはならない。

3　適格消費者団体又はその役員、職員若しくは専門委員は、適格消費者団体の差止請求に係る相手方から、その差止請求権の行使に関し、寄附金、賛助金その他名目のいかんを問わず、金銭その他の財産上の利益を第三者に受けさせてはならない。

4　前３項に規定する差止請求に係る相手方からその差止請求権の行使に関して受け又は受けさせてはならない財産上の利益には、その相手方がその差止請求権の行使に関してした不法行為によって生じた損害の賠償として受け又は受けさせる財産上の利益は含まれない。

5　適格消費者団体は、第１項各号に規定する財産上の利益を受けたときは、これに相当する金額を積み立て、これを差止請求関係業務に要する費用に充てなければならない。

6　適格消費者団体は、その定款において、差止請求関係業務を廃止し、又は第13条第１項の認定の失効（差止請求関係業務の廃止によるものを除く。）若しくは取消しにより差止請求関係業務を終了した場合において、積立金（前項の規定により積み立てられた金額をいう。）に残余があるときは、その残余に相当する金額を、他の適格消費者団体（第35条の規定により差止請求権を承継した適格消費者団体がある場合にあっては、当該適格消費者団体）があるときは当該他の適格消費者団体に、これがないときは第13条第３項第２号に掲げる要件に適合する消費者団体であって内閣総理大臣が指定するもの又は国に帰属させる旨を定めておかなければならない。

（業務の範囲及び区分経理）

第29条　適格消費者団体は、その行う差止請求関係業務に支障がない限り、定款の定めるところにより、差止請求関係業務以外の業務を行うことができる。

2　適格消費者団体は、次に掲げる業務に係る経理をそれぞれ区分して整理しなければならない。

1　差止請求関係業務

2　不特定かつ多数の消費者の利益の擁護を図るための活動に係る業務（前号に掲げる業務を除く。）33　前２号に掲げる業務以外の業務

第３款　監督

（帳簿書類の作成及び保存）

第30条　適格消費者団体は、内閣府令で定めるところにより、その業務及び経理に関する帳簿書類を作成し、これを保存しなければならない。

（財務諸表等の作成、備置き、閲覧等及び提出等）

第31条　適格消費者団体は、毎事業年度終了後３月以内に、その事業年度の財産目録、貸借対照表、収支計算書及び事業報告書（これらの作成に代えて電磁的記録（電子的方式、磁気的方式その他人の知覚によっては認識することができない方式で作られる記録であって、電子計算機による情報処理の用に供されるものをいう。以下この条において同じ。）の作成がされている場合における当該電磁的記録を含む。以下「財務諸表等」という。）を作成しなければならない。

2　適格消費者団体は、内閣府令で定めるところにより、毎事業年度、その差止請求関係業務その他の業務がこの法律の規定に従い適正に遂行されているかどうかについて、その業務の遂行の状況の調査に必要な学識経験を有する者が行う調査を受けなければならない。

3　適格消費者団体の事務所には、内閣府令で定めるところにより、次に掲げる書類を備え置かなければならない。

1　定款

2　業務規程

3　役職員等名簿（役員、職員及び専門委員の氏名、役職及び職業その他内閣府令で定める事項を記載した名簿をいう。）

4　適格消費者団体の社員について、その数及び個人又は法人その他の団体の別（社員が法人その他の団体である場合にあっては、その構成員の数を含む。）を記載した書類

5　財務諸表等

6　収入の明細その他の資金に関する事項、寄附金に関する事項その他の経理に関する内閣府令で定める事項を記載した書類

7　差止請求関係業務以外の業務を行う場合には、その業務の種類及び概要を記載した書類

8　前項の調査の方法及び結果が記載された調査報告書

4　何人も、適格消費者団体の業務時間内は、いつでも、次に掲げる請求をすることができる。ただし、第２号又は第４号に掲げる請求をするには、当該適格消費者団体の定めた費用を支払わなければならない。

1　前項各号に掲げる書類が書面をもって作成されているときは、当該書面の閲覧又は謄写の請求

2　前号の書面の謄本又は抄本の交付の請求

3　前項各号に掲げる書類が電磁的記録をもって作成されているときは、当該電磁的記録に記録された事項を内閣府令で定める方法により表示したものの閲覧又は謄写の請求

4　前号の電磁的記録に記録された事項を電磁的方法であって内閣府令で定めるものにより提供することの請求又は当該事項を記載した書面の交付の請求

5　適格消費者団体は、前項各号に掲げる請求があったときは、正当な理由がある場合を除き、これを拒むことができない。

6　適格消費者団体は、毎事業年度終了後３月以内に、第３項第３号から第６号まで及び第８号に掲げる書類を内閣総理大臣に提出しなければならない。

（報告及び立入検査）

第32条　内閣総理大臣は、この法律の実施に必要な限度において、適格消費者団体に対し、その業務若しくは経理の状況に関し報告をさせ、又はその職員に、適格消費者団体の事務所に立ち入り、業務の状況若しくは帳簿、書類その他の物件を検査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2　前項の規定により職員が立ち入るときは、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。

3　第１項に規定する立入検査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解してはならない。

（適合命令及び改善命令）

第33条　内閣総理大臣は、適格消費者団体が、第13条第３項第２号から第７号までに掲げる要件のいずれかに適合しなくなったと認めるときは、当該適格消費者団体に対し、これらの要件に適合するために必要な措置をとるべきことを命ずることができる。

2　内閣総理大臣は、前項に定めるもののほか、適格消費者団体が第13条第５項第３号から第６号までのいずれかに該当するに至ったと認めるとき、適格消費者団体又はその役員、職員若しくは専門委員が差止請求関係業務の遂行に関しこの法律の規定に違反したと認めるとき、その他適格消費者団体の業務の適正な運営を確保するため必要があると認めるときは、当該適格消費者団体に対し、人的体制の改善、違反の停止、業務規程の変更その他の業務の運営の改善に必要な措置をとるべきことを命ずることができる。

（認定の取消し等）

第34条　内閣総理大臣は、適格消費者団体について、次のいずれかに掲げる事由があるときは、第13条第１項の認定を取り消すことができる。

1　偽りその他不正の手段により第13条第１項の認定、第17条第２項の有効期間の更新又は第19条第３項若しくは第20条第３項の認可を受けたとき。

2　第13条第３項各号に掲げる要件のいずれかに適合しなくなったとき。

3　第13条第５項各号（第２号を除く。）のいずれかに該当するに至ったとき。

4　第12条の２第１項第２号本文の確定判決等に係る訴訟等の手続に関し、当該訴訟等の当事者である適格消費者団体が、差止請求に係る相手方と通謀して請求の放棄又は不特定かつ多数の消費者の利益を害する内容の和解をしたとき、その他不特定かつ多数の消費者の利益に著しく反する訴訟等の追行を行ったと認められるとき。

5　第12条の２第１項第２号本文の確定判決等に係る強制執行に必要な手続に関し、当該確定判決等に係る訴訟等の当事者である適格消費者団体がその手続を怠ったことが不特定かつ多数の消費者の利益に著しく反するものと認められるとき。

6　前各号に掲げるもののほか、この法律若しくはこの法律に基づく命令の規定又はこれらの規定に基づく処分に違反したとき。

7　当該適格消費者団体の役員、職員又は専門委員が第28条第２項又は第３項の規定に違反したとき。

2　適格消費者団体が、第23条第４項の規定に違反して同項の通知又は報告をしないで、差止請求に関し、同項第10号に規定する行為をしたときは、内閣総理大臣は、当該適格消費者団体について前項第４号に掲げる事由があるものとみなすことができる。

3　第12条の２第１項第２号本文に掲げる場合であって、当該他の適格消費者団体に係る第13条第１項の認定が、第22条各号に掲げる事由により既に失効し、又は第１項各号に掲げる事由（当該確定判決等に係る訴訟等の手続に関する同項第四号に掲げる事由を除く。）により既に取り消されている場合においては、内閣総理大臣は、当該他の適格消費者団体につき当該確定判決等に係る訴訟等の手続に関し同項第４号に掲げる事由があったと認められるとき（前項の規定により同号に掲げる事由があるものとみなすことができる場合を含む。）は、当該他の適格消費者団体であった法人について、その旨の認定をすることができる。

4　前項に規定する場合における当該他の適格消費者団体であった法人は、清算が結了した後においても、同項の規定の適用については、なお存続するものとみなす。

5　内閣総理大臣は、第１項各号に掲げる事由により第13条第１項の認定を取り消し、又は第３項の規定により第１項第４号に掲げる事由があった旨の認定をしたときは、内閣府令で定めるところにより、その旨及びその取消し又は認定をした日を公示するとともに、当該適格消費者団体又は当該他の適格消費者団体であった法人に対し、その旨を書面により通知するものとする。

（差止請求権の承継に係る指定等）

第35条　適格消費者団体について、第12条の２第１項第２号本文の確定判決等で強制執行をすることができるものが存する場合において、第13条第１項の認定が、第22条各号に掲げる事由により失効し、若しくは前条第１項各号に掲げる事由により取り消されるとき、又はこれらの事由により既に失効し、若しくは既に取り消されているときは、内閣総理大臣は、当該適格消費者団体の有する当該差止請求権を承継すべき適格消費者団体として他の適格消費者団体を指定するものとする。

2　前項の規定による指定がされたときは、同項の差止請求権は、その指定の時において（その認定の失効又は取消しの後にその指定がされた場合にあっては、その認定の失効又は取消しの時にさかのぼって）その指定を受けた適格消費者団体が承継する。

3　前項の場合において、同項の規定により当該差止請求権を承継した適格消費者団体が当該差止請求権に基づく差止請求をするときは、第12条の２第１項第２号本文の規定は、当該差止請求については、適用しない。

4　内閣総理大臣は、次のいずれかに掲げる事由が生じたときは、第１項、第６項又は第７項の規定による指定を受けた適格消費者団体（以下この項から第７項までにおいて「指定適格消費者団体」という。）に係る指定を取り消さなけれ

ばならない。

1　指定適格消費者団体について、第13条第１項の認定が、第22条各号に掲げる事由により失効し、若しくは既に失効し、又は前条第１項各号に掲げる事由により取り消されるとき。

2　指定適格消費者団体が承継した差止請求権をその指定前に有していた者（以下この条において「従前の適格消費者団体」という。）のうち当該確定判決等の当事者であったものについて、第13条第１項の認定の取消処分、同項の認定の有効期間の更新拒否処分若しくは合併若しくは事業の全部の譲渡の不認可処分（以下この条において「認定取消処分等」という。）が取り消され、又は認定取消処分等の取消し若しくはその無効若しくは不存在の確認の判決（次項第２号において「取消判決等」という。）が確定したとき。

5　内閣総理大臣は、次のいずれかに掲げる事由が生じたときは、指定適格消費者団体に係る指定を取り消すことができる。

1　指定適格消費者団体が承継した差止請求権に係る強制執行に必要な手続に関し、当該指定適格消費者団体がその手続を怠ったことが不特定かつ多数の消費者の利益に著しく反するものと認められるとき。

2　従前の適格消費者団体のうち指定適格消費者団体であったもの（当該確定判決等の当事者であったものを除く。）について、前項第１号の規定による指定の取消しの事由となった認定取消処分等が取り消され、若しくはその認定取消処分等の取消判決等が確定したとき、又は前号の規定による指定の取消処分が取り消され、若しくはその取消処分の取消判決等が確定したとき。

6　内閣総理大臣は、第４項第１号又は前項第１号に掲げる事由により指定適格消費者団体に係る指定を取り消し、又は既に取り消しているときは、当該指定適格消費者団体の承継していた差止請求権を承継すべき適格消費者団体として他の適格消費者団体を新たに指定するものとする。

7　内閣総理大臣は、第４項第２号又は第５項第２号に掲げる事由により指定適格消費者団体に係る指定を取り消すときは、当該指定適格消費者団体の承継していた差止請求権を承継すべき適格消費者団体として当該従前の適格消費者団体を新たに指定するものとする。

8　前２項の規定による新たな指定がされたときは、前２項の差止請求権は、その新たな指定の時において（従前の指定の取消し後に新たな指定がされた場合にあっては、従前の指定の取消しの時（従前の適格消費者団体に係る第13条第１項の認定の失効後に従前の指定の取消し及び新たな指定がされた場合にあっては、その認定の失効の時）にさかのぼって）その新たな指定を受けた適格消費者団体が承継する。

9　第３項の規定は、前項の場合において、同項の規定により当該差止請求権を承継した適格消費者団体が当該差止請求権に基づく差止請求をするときについて準用する。

10　内閣総理大臣は、第１項、第６項又は第７項の規定による指定をしたときは、内閣府令で定めるところにより、その旨及びその指定の日を公示するとともに、

その指定を受けた適格消費者団体に対し、その旨を書面により通知するものとする。第４項又は第５項の規定により当該指定を取り消したときも、同様とする。

第４款　補　　則

（規律）

第36条　適格消費者団体は、これを政党又は政治的目的のために利用してはならない。

（官公庁等への協力依頼）

第37条　内閣総理大臣は、この法律の実施のため必要があると認めるときは、官庁、公共団体その他の者に照会し、又は協力を求めることができる。

（内閣総理大臣への意見）

第38条　次の各号に掲げる者は、適格消費者団体についてそれぞれ当該各号に定める事由があると疑うに足りる相当な理由があるため、内閣総理大臣が当該適格消費者団体に対して適当な措置をとることが必要であると認める場合には、内閣総理大臣に対し、その旨の意見を述べることができる。

1　経済産業大臣　第13条第３項第２号に掲げる要件に適合しない事由又は第34条第１項第４号に掲げる事由

2　警察庁長官　第13条第５項第３号、第４号又は第６号ハに該当する事由

（判決等に関する情報の公表）

第39条　内閣総理大臣は、消費者の被害の防止及び救済に資するため、適格消費者団体から第23条第４項第４号から第９号まで及び第11号の規定による報告を受けたときは、インターネットの利用その他適切な方法により、速やかに、差止請求に係る判決（確定判決と同一の効力を有するもの及び仮処分命令の申立てについての決定を含む。）又は裁判外の和解の概要、当該適格消費者団体の名称及び当該差止請求に係る相手方の氏名又は名称その他内閣府令で定める事項を公表するものとする。

2　前項に規定する事項のほか、内閣総理大臣は、差止請求関係業務に関する情報を広く国民に提供するため、インターネットの利用その他適切な方法により、適格消費者団体の名称及び住所並びに差止請求関係業務を行う事務所の所在地その他内閣府令で定める必要な情報を公表することができる。

3　内閣総理大臣は、独立行政法人国民生活センターに、前２項の情報の公表に関する業務を行わせることができる。

（適格消費者団体への協力等）

第40条　独立行政法人国民生活センター及び地方公共団体は、内閣府令で定めるところにより、適格消費者団体の求めに応じ、当該適格消費者団体が差止請求権を適切に行使するために必要な限度において、当該適格消費者団体に対し、消費生活相談に関する情報で内閣府令で定めるものを提供することができる。

2　前項の規定により情報の提供を受けた適格消費者団体は、当該情報を当該差止請求権の適切な行使の用に供する目的以外の目的のために利用し、又は提供してはならない。

第三節　訴訟手続等の特例

（書面による事前の請求）

第41条　適格消費者団体は、差止請求に係る訴えを提起しようとするときは、その訴えの被告となるべき者に対し、あらかじめ、請求の要旨及び紛争の要点その他の内閣府令で定める事項を記載した書面により差止請求をし、かつ、その到達した時から１週間を経過した後でなければ、その訴えを提起することができない。ただし、当該被告となるべき者がその差止請求を拒んだときは、この限りでない。

２　前項の請求は、その請求が通常到達すべきであった時に、到達したものとみなす。

３　前２項の規定は、差止請求に係る仮処分命令の申立てについて準用する。

（訴訟の目的の価額）

第42条　差止請求に係る訴えは、訴訟の目的の価額の算定については、財産権上の請求でない請求に係る訴えとみなす。

（管轄）

第43条　差止請求に係る訴訟については、民事訴訟法第５条（第５号に係る部分を除く。）の規定は、適用しない。

２　次の各号に掲げる規定による差止請求に係る訴えは、当該各号に定める行為があった地を管轄する裁判所にも提起することができる。

１　第12条　同条に規定する事業者等の行為

２　不当景品類及び不当表示防止法第10条　同条に規定する事業者の行為

３　特定商取引に関する法律第58条の４から第58条の９まで　これらの規定に規定する当該差止請求に係る相手方である販売業者、役務提供事業者、統括者、勧誘者、一般連鎖販売業者、関連商品の販売を行う者又は業務提供誘引販売業を行う者（同法第58条の７第２項の規定による差止請求に係る訴えにあっては、勧誘者）の行為

（移送）

第44条　裁判所は、差止請求に係る訴えが提起された場合であって、他の裁判所に同一又は同種の行為の差止請求に係る訴訟が係属している場合においては、当事者の住所又は所在地、尋問を受けるべき証人の住所、争点又は証拠の共通性その他の事情を考慮して、相当と認めるときは、申立てにより又は職権で、当該訴えに係る訴訟の全部又は一部について、当該他の裁判所又は他の管轄裁判所に移送することができる。

（弁論等の併合）

第45条　請求の内容及び相手方が同一である差止請求に係る訴訟が同一の第一審裁判所又は控訴裁判所に数個同時に係属するときは、その弁論及び裁判は、併合してしなければならない。ただし、審理の状況その他の事情を考慮して、他の差止請求に係る訴訟と弁論及び裁判を併合してすることが著しく不相当であると認めるときは、この限りでない。

２　前項本文に規定する場合には、当事者は、その旨を裁判所に申し出なければ

ならない。

（訴訟手続の中止）

第46条　内閣総理大臣は、現に係属する差止請求に係る訴訟につき既に他の適格消費者団体を当事者とする第12条の２第１項第２号本文の確定判決等が存する場合において、当該他の適格消費者団体につき当該確定判決等に係る訴訟等の手続に関し第34条第１項第４号に掲げる事由があると疑うに足りる相当な理由がある場合（同条第２項の規定により同号に掲げる事由があるものとみなすことができる場合を含む。）であって、同条第１項の規定による第13条第１項の認定の取消し又は第34条第３項の規定による認定（次項において「認定の取消し等」という。）をするかどうかの判断をするため相当の期間を要すると認めるときは、内閣府令で定めるところにより、当該差止請求に係る訴訟が係属する裁判所（以下この条において「受訴裁判所」という。）に対し、その旨及びその判断に要すると認められる期間を通知するものとする。

２　内閣総理大臣は、前項の規定による通知をした場合には、その通知に係る期間内に、認定の取消し等をするかどうかの判断をし、その結果を受訴裁判所に通知するものとする。

３　第１項の規定による通知があった場合において、必要があると認めるときは、受訴裁判所は、その通知に係る期間を経過する日まで（その期間を経過する前に前項の規定による通知を受けたときは、その通知を受けた日まで）、訴訟手続を中止することができる。

（間接強制の支払額の算定）

第47条　差止請求権について民事執行法第172条第１項に規定する方法により強制執行を行う場合において、同項又は同条第２項の規定により債務者が債権者に支払うべき金銭の額を定めるに当たっては、執行裁判所は、債務不履行により不特定かつ多数の消費者が受けるべき不利益を特に考慮しなければならない。

第４章　雑　　則

（適用除外）

第48条　この法律の規定は、労働契約については、適用しない。

（権限の委任）

第48条の２　内閣総理大臣は、前章の規定による権限（政令で定めるものを除く。）を消費者庁長官に委任する。

第５章　罰則

第49条　適格消費者団体の役員、職員又は専門委員が、適格消費者団体の差止請求に係る相手方から、寄附金、賛助金その他名目のいかんを問わず、当該適格消費者団体においてその差止請求権の行使をしないこと若しくはしなかったこと、その差止請求権の放棄をすること若しくはしたこと、その相手方との間でその差止請求に係る和解をすること若しくはしたこと又はその差止請求に係る訴訟その他の手続を他の事由により終了させること若しくは終了させたことの報酬

として、金銭その他の財産上の利益を受け、又は第三者（当該適格消費者団体を含む。）に受けさせたときは、３年以下の懲役又は300万円以下の罰金に処する。

２　前項の利益を供与した者も、同項と同様とする。

３　第１項の場合において、犯人又は情を知った第三者が受けた財産上の利益は、没収する。その全部又は一部を没収することができないときは、その価額を追徴する。

４　第１項の罪は、日本国外においてこれらの罪を犯した者にも適用する。

５　第２項の罪は、刑法（明治40年法律第45号）第２条の例に従う。

第50条　次のいずれかに該当する者は、100万円以下の罰金に処する。

１　偽りその他不正の手段により第13条第１項の認定、第17条第２項の有効期間の更新又は第19条第３項若しくは第20条第３項の認可を受けた者

２　第25条の規定に違反して、差止請求関係業務に関して知り得た秘密を漏らした者

第51条　次のいずれかに該当する者は、50万円以下の罰金に処する。

１　第14条第１項（第17条第６項、第19条第６項及び第20条第６項において準用する場合を含む。）の申請書又は第14条第２項各号（第17条第６項、第19条第６項及び第20条第６項において準用する場合を含む。）に掲げる書類に虚偽の記載をして提出した者

２　第16条第３項の規定に違反して、適格消費者団体であると誤認されるおそれのある文字をその名称中に用い、又はその業務に関し、適格消費者団体であると誤認されるおそれのある表示をした者

３　第30条の規定に違反して、帳簿書類の作成若しくは保存をせず、又は虚偽の帳簿書類の作成をした者

４　第32条第１項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による検査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対して陳述をせず、若しくは虚偽の陳述をした者

第52条　法人（法人でない団体で代表者又は管理人の定めのあるものを含む。以下この項において同じ。）の代表者若しくは管理人又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人又は人の業務に関して、前３条の違反行為をしたときは、行為者を罰するほか、その法人又は人に対しても、各本条の罰金刑を科する。

２　法人でない団体について前項の規定の適用がある場合には、その代表者又は管理人が、その訴訟行為につき法人でない団体を代表するほか、法人を被告人又は被疑者とする場合の刑事訴訟に関する法律の規定を準用する。

第53条　次のいずれかに該当する者は、30万円以下の過料に処する。

１　第16条第２項の規定による掲示をせず、又は虚偽の掲示をした者

２　第18条、第19条第２項若しくは第７項、第20条第２項若しくは第７項又は第21条第１項の規定による届出をせず、又は虚偽の届出をした者

３　第23条第４項前段の規定による通知若しくは報告をせず、又は虚偽の通知若しくは報告をした者

４　第24条の規定に違反して、消費者の被害に関する情報を利用した者

５　第26条の規定に違反して、同条の請求を拒んだ者

６　第31条第１項の規定に違反して、財務諸表等を作成せず、又はこれに記載し、若しくは記録すべき事項を記載せず、若しくは記録せず、若しくは虚偽の記載若しくは記録をした者

７　第31条第２項の規定による調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、又は同項の規定による調査において説明をせず、若しくは虚偽の説明をした者

８　第31条第３項の規定に違反して、書類を備え置かなかった者

９　第31条第５項の規定に違反して、正当な理由がないのに同条第四項各号に掲げる請求を拒んだ者

10　第31条第６項の規定に違反して、書類を提出せず、又は書類に虚偽の記載若しくは記録をして提出した者

11　第40条第２項の規定に違反して、情報を同項に定める目的以外の目的のために利用し、又は提供した者

附　則（略）

Ⅵ　製品関連事故に係る消費生活相談の概要と主な訴訟事案

1995年７月に施行された製造物責任法の活用状況を把握するため、ＰＩＯ－ＮＥＴ（全国消費生活情報ネットワーク・システム）に収集された製品関連事故に係る消費生活相談の状況を調査し、その結果をとりまとめました。また、国民生活センターでは、製造物責任法(ＰＬ法)に基づく訴訟に関する情報収集を行っています。2009年９月末までに把握した訴訟件数は全体で119件でした。これらのうち2008年以降提訴されたものをとりまとめました。

１．製品関連事故に係る消費生活相談

(1) 製品関連事故に係る相談件数の推移

国民生活センター及び全国の消費生活センター等が受付け、2009年８月末日までにＰＩＯ－ＮＥＴにより把握できた製品関連事故に係る消費生活相談の件数の推移は表１のとおりです。2008年度は12,109件（総件数の約1.3%）、うち拡大損害が生じた事案は6,599件（同約0.7%）でした。

表１　製品関連事故に係る相談件数の推移

年度	消費生活相談の総件数	うち製品関連事故に係る相談(注2)件数	うち拡大損害が生じた相談(注3)件数
1994(施行前)	234,022	4,261 (1.8%)	419 (0.2%)
1995(施行)	274,076	6,833 (2.5%)	1,719 (0.6%)
1996	351,139	8,346 (2.4%)	2,503 (0.7%)
1997	400,511	7,922 (2.0%)	5,226 (1.3%)
1998	415,347	6,890 (1.7%)	4,701 (1.1%)
1999	467,110	7,053 (1.5%)	4,716 (1.0%)
2000	547,138	9,464 (1.7%)	5,729 (1.0%)
2001	655,899	8,387 (1.3%)	5,142 (0.8%)
2002	873,663	10,207 (1.2%)	6,473 (0.7%)
2003	1,509,884	8,661 (0.6%)	5,409 (0.4%)
2004	1,919,672	8,064 (0.4%)	4,697 (0.2%)
2005	1,302,182	9,134 (0.7%)	5,080 (0.4%)
2006	1,111,775	10,319 (0.9%)	5,365 (0.5%)
2007	1,049,859	12,711 (1.2%)	6,709 (0.6%)
2008	947,358	12,109 (1.3%)	6,599 (0.7%)

(注 1) 2009 年 8 月末日までの登録分。括弧内は全体に占める割合。
(注 2) 「製品関連事故に係る相談」とは、製品等によって生命や身体に危害を受けた相談、危害を受けるおそれがあったという相談、危害・危険情報に限らず製品等の不具合などにより当該製品以外に拡大損害が生じた相談を集計対象とした。2007 年度から「経由相談」を除いている。
(注 3) 拡大損害とは、製品等の安全上の不具合、品質・機能上の不具合などが原因で、生命・身体あるいはその当該製品以外の財産(ソフトウェア等の無形の財産を含む)に拡大して損害が生じたもの。
(注 4) 1994 年度から 1996 年度までの「製品関連事故に係る相談」は、データ収集項目の変更前のため現行方式とは収集方法が異なる。

(2) 拡大損害が生じた相談の内訳

①　拡大損害の内訳

拡大損害の内訳は表２のとおりです。

表２　拡大損害の内訳

年度	全体	生命・身体	うち生命・身体のみ	財産(製品や設備など)	うち財産(製品や設備など)のみ	生命・身体と財産(製品や設備など)双方
1999	4,716 (100.0)	3,753 (79.6)	3,631	997 (21.1)	875	122 (2.6)
2000	5,729 (100.0)	4,667 (81.5)	4,533	1,193 (20.8)	1,059	134 (2.3)
2001	5,142 (100.0)	4,058 (78.9)	3,928	1,197 (23.3)	1,067	130 (2.5)
2002	6,473 (100.0)	5,448 (84.2)	5,305	1,168 (18.0)	1,025	143 (2.2)
2003	5,409 (100.0)	4,573 (84.5)	4,476	932 (17.2)	835	97 (1.8)
2004	4,697 (100.0)	3,943 (83.9)	3,817	879 (18.7)	753	126 (2.7)
2005	5,080 (100.0)	4,323 (85.1)	4,197	883 (17.4)	757	126 (2.5)
2006	5,365 (100.0)	4,427 (82.5)	4,228	1,137 (21.2)	938	199 (3.7)
2007	6,709 (100.0)	5,606 (83.6)	5,402	1,306 (19.5)	1,102	204 (3.0)
2008	6,599 (100.0)	5,574 (84.5)	5,352	1,246 (18.9)	1,024	222 (3.4)

(注 1) 括弧内は全体に占める割合。
(注 2) 「生命･身体」、「財産(製品や設備など)」には各々「生命･身体と財産(製品や設備など)双方」の件数が含まれている。

②　生命・身体のみに被害が及んだ相談の製品別・危害内容別件数

製品別件数は表３のとおりです。2008年度は前年度と同様に「化粧品」に関する相談が最も多く寄せられました。なお、４位の「調理食品」は前年度よりも110件以上減少しています。これは、前年度は2008年１月に中国産冷凍ギョウザが大きく報じられた後に相談の件数が急増したものの、2008年度になり調理食品に関する相談が落ち着いたことによるものと思われます。

危害内容別件数は表４のとおりです。2008年度は、前年度と同様に「体調が悪い」「気分が悪い」などの「その他の傷病及び諸症状」が最も多く寄せられました。全体の件数は前年度より減少しているものの、順位が上位のものについて見てみると「刺傷・切傷」以外は前年度より件数が増加していました。

表３　製品別相談件数(上位５位)

2007年度			2008年度		
順位	製品	件数	順位	製品	件数
(全　　体)		5,402	(全　　体)		5,352
1	化粧品	647	1	化粧品	639
2	健康食品	506	2	健康食品	461
3	調理食品	385	3	家具・寝具	296
4	家具・寝具	309	4	調理食品	270
5	医療用具	239	5	飲料	237

(注) 表３及び表４は、生命・身体のみに拡大損害が生じた相談を集計対象としている。

表４　危害内容別相談件数(上位５位)

2007年度			2008年度		
順位	危害内容	件数	順位	危害内容	件数
(全　　体)		5,402	(全　　体)		5,352
1	その他の傷病及び諸症状	1,424	1	その他の傷病及び諸症状	1,426
2	皮膚障害	1,349	2	皮膚障害	1,402
3	消化器障害	836	3	消化器障害	880
4	刺傷・切傷	484	4	刺傷・切傷	425
5	擦過傷･挫傷･打撲傷	338	5	擦過傷･挫傷･打撲傷	366

(注)「その他の傷病及び諸症状」は、「体調が悪い」「気分が悪い」などで、「皮膚障害」「消化器傷害」などのいずれの分類項目にも該当しないもの。

③　財産（製品や設備など）のみに被害が及んだ相談の製品別・危険内容別件数

製品別件数は表５のとおりです。2008年度では、「空調・冷暖房機器」(「電気ストーブ」、「ルームエアコン」、「パネルヒーター」など）に関する相談が最も多く、次いで「食生活機器」(「電気冷蔵庫」、「電子レンジ」など）に関する相談が多く寄せられました。

また、危険内容別件数は表６のとおりです。2008年度は前年度最も多かった「発火・引火」を抜いて「過熱・こげる」に関する相談が最も多く寄せられました。

表５　製品別相談件数(上位５位)

2007年度			2008年度		
順位	製品	件数	順位	製品	件数
(全　　体)		1,102	(全　　体)		1,024
1	空調・冷暖房機器	159	1	空調・冷暖房機器	159
2	食生活機器	111	2	食生活機器	94
3	洗濯・裁縫用具	76	3	他の住居品	74
4	他の住居品	72	4	他の教養娯楽品	67
5	自動車	55	5	洗濯・裁縫用具	55

(注１) 表５及び表６は、財産(製品や設備など)に拡大損害が生じた相談を集計対象としている。
(注２)「他の住居品」は、主に「消火器」、「電源コード」、「テーブルタップ」など。
(注３)「他の教養娯楽品」は、主に「喫煙用ライター」、「ペットフード」など。

表６　危険内容別相談件数(上位５位)

2007年度			2008年度		
順位	危険内容	件数	順位	危険内容	件数
(全　　体)		1,102	(全　　体)		1,024
1	発火・引火	148	1	過熱・こげる	131
2	過熱・こげる	141	2	発火・引火	120
3	火災	97	3	破裂	98
4	破裂	92	4	火災	85
5	発煙・火花	67	5	発煙・火花	61

(注１)　危害を受けるおそれがあったものを「危険」としている。

④　生命･身体と財産(製品や設備など)双方に被害が及んだ相談の製品別・危害内容別・危険内容別件数

製品別件数は表７のとおりです。2008年度は「空調・冷暖房機器」(「電気ストーブ」、「石油ストーブ」、「電気こたつ」など）に関する相談が最も多く寄せられました。

危害内容別件数は表８のとおりです。2008年度は前年度と同様に「熱傷」が最も多く寄せられました。

また、危険内容別件数は表９のとおりです。2008年度は前年度と同様に「発火・引火」が最も多く寄せられました。なお、「圧力鍋のふたが飛び、中身が飛散してやけどした」、「破裂したハロゲンヒーターのヒーター管でやけどし、畳などが焦げた」などの「破裂」が前年度の12件から倍増しました。

表７　製品別相談件数(上位５位)

2007年度			2008年度		
順位	製品	件数	順位	製品	件数
(全　　体)		204	(全　　体)		222
1	空調・冷暖房機器	24	1	空調・冷暖房機器	25
2	家具･寝具	14	2	他の教養娯楽品	19
3	他の教養娯楽品	13	3	食器･台所用品	16
4	食生活機器	12	4	ﾚﾝﾀﾙ･ﾘｰｽ･貸借	15
5	食器･台所用品	10	5	自転車･用品	11

(注１) 表７、表８、表９は、生命・身体と財産(製品や設備など)双方に拡大損害が生じた相談を集計対象としている。
(注２)「他の教養娯楽品」は、主に「喫煙用ライター」。
(注３)「レンタル・リース・貸借」は、主に「賃貸アパート」。

表８　危害内容別相談件数（上位５位）

2007年度			2008年度		
順位	危害内容	件数	順位	危害内容	件数
（全　　体）		204	（全　　体）		222
1	熱傷	73	1	熱傷	64
2	その他の傷病及び諸症状	34	2	その他の傷病及び諸症状	53
3	擦過傷・挫傷・打撲傷	25	3	擦過傷・挫傷・打撲傷	31
4	刺傷・切傷	19	4	呼吸器障害	18
5	呼吸器障害	17	5	刺傷・切傷	16

（注）「その他の傷病及び諸症状」は、「体調が悪い」「気分が悪い」などで、「皮膚障害」「消化器障害」などのいずれの分類項目にも該当しないもの。

表９　危険内容別相談件数（上位５位）

2007年度			2008年度		
順位	危険内容	件数	順位	危険内容	件数
（全　　体）		204	（全　　体）		222
1	発火・引火	30	1	発火・引火	27
2	化学物質による危険	27	2	破損･折損	26
3	破損･折損	20	3	破裂	24
4	火災	17	4	化学物質による危険	23
5	破裂	12	5	機能故障	11
	機能故障	12			

２．製造物責任法（ＰＬ法）に基づく訴訟の動向

(1) 製造物責任法（ＰＬ法）に基づく訴訟（119件）の状況

製造物責任法（ＰＬ法）に基づいて提訴された訴訟として、国民生活センターが把握できたものは119件（2009年９月末までの収集分）です。

審級別判決などの状況では、第一審では給食の食器、幼児用自転車などに関するもので原告勝訴が36件（うち26件が控訴）、和解はこんにゃく入りゼリー、花火などの35件です。

控訴審では、控訴された44件中、土壁内竹組、イシガキダイなどに関するもので原告勝訴13件（うち６件が上告受理申立て）、和解はジュース、カプセル玩具などに関するものなどの15件です。

なお、最高裁に上告受理を申し立てた７件のうち、折りたたみ足場台などに関するもので６件は不受理となっており、健康食品に関するものについては審理中であり、受理されたものは今のところありません。

表10　製造物責任法（PL法）に基づく訴訟（119件）の状況（2009年９月末までの収集分から）

一審	件数
原告勝訴	36(10)
原告敗訴	33(15)
和　　解	35
係属中	15
合　　計	119(25)
うち控訴の件数	44

控訴審	件数
一審原告が勝訴	13(7)
一審原告が敗訴	13(12)
和　　解	15
控訴後取下	1
係属中	2
合　　計	44(19)
うち上告受理申立の件数	7

上告審	件数
不受理決定	6
審理中	1
合　　計	7

（注）
・「勝訴」とは、「原告の請求が一部でも認められた事案（判決では一部認容であるが、裁判所が製造物責任法（ＰＬ法）に基づく請求については棄却、もしくは判断をしていない事案も含む）」とした。
・「敗訴」とは、「原告の請求が認められず、棄却された事案」とした。
・「和解」とは、「裁判上、もしくは裁判外で当事者間において和解で終了したことを国民生活センターが把握した事案」とした。
・括弧内は、「その審級において結審した事案」。

(2) 2008年以降に提訴された製造物責任法（ＰＬ法）に基づく訴訟

2008年以降に提訴された製造物責任法（ＰＬ法）に基づく訴訟は表11のとおりです。

表11　製造物責任法（ＰＬ法）に基づく訴訟（2008年以降提訴されたもの）
（2009年９月末までの収集分から）

事件名	提訴	判決 和解	原告	被告	訴訟額	事件概要 （原告主張）
1.スキービンディングの非解放による受傷事件	H20.1.24 仙台地裁		受傷した男子学生、両親	スポーツ用品輸入・販売等会社	3984万円	スキー滑走中に転倒した際、装着していたスキー板とスキー靴を固定するビンディングに欠陥があったため、スキー靴が解放されず、右大腿骨近位骨幹部粉砕骨折の重傷を負った。
2.花火爆発やけど事件	H20.5.2 名古屋地裁	H20.7.24 和解	やけどした男性、女児	煙火、玩具煙火の販売、各種イベント企画会社	282万円	父親がろうそくから左手で持った花火に着火したところ爆発し、父親の左腕と女児の右腕がその炎により覆われやけどした。
3.二重サッシ脱落受傷事件	H20.7.31 大津地裁		受傷した女性	住宅建材設計製造施工販売会社	2077万円	自宅新築時に取り付けた二重サッシの室内側窓を全開にし、かがんで家事をしていた女性が上体を起こした際にサッシに触れたためサッシが窓枠から脱落して受傷した。
4.電気温水器からのニッケル漏出によ	H20.8.22 京都地裁		電気温水器を設置していた設計事務	電気機械製造販売会社	174万円	電気温水器を経由する温水をコーヒーやお茶として継続して喫食していたところ、身体に湿疹様の炎症、掻痒感が生じ、使用

る湿疹事件			所			していた電気ポット等が黒ずんだ。水道水における厚生労働省の水質管理目標の33倍にも達するニッケルが温水に含まれていた。
5. 公営住宅エレベーター戸開走行による死亡事件	H20.12.12 東京地裁		死亡した少年の両親	エレベーター製造販売会社、保守管理会社、設備管理会社、地方公共団体、公共賃貸住宅管理会社	2億5000万円	エレベーターから自転車とともに降車しようとしたところ、エレベーター、建物側両方の扉が開いたまま、乗車していたかごが突然上昇したため、かご床面と建物出入り口上部枠に挟まれ死亡した。
6. こんにゃく入りゼリー高齢者死亡事件	H21.1.14 名古屋地裁		死亡した高齢者の長女	こんにゃく製品製造販売会社	2900万円	長女が要介護状態の母親にこんにゃく入りゼリーを与えたところ誤嚥による低酸素脳症により死亡した。
7. こんにゃく入りゼリー1歳児死亡事件	H21.3.3 神戸地裁姫路支部		死亡した幼児の両親	こんにゃく製品製造販売会社	6241万円	祖母が冷凍庫から出しておいたこんにゃく入りゼリーをデザートとして1歳9ヶ月の孫に与えたところ、喉に詰まらせて死亡した。

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター　相談部危害情報室

電話 03-3443-6223

Ⅶ　消費者契約法に関連する消費生活相談の件数等

国民生活センターや各地の消費者生活センターにおける消費者契約法に関連する消費生活相談（以下、関連消費生活相談という）の状況については、国民生活センターにおいて取りまとめて公表しています。

関連消費生活相談として、事業者の「不当な勧誘（４条関連）」と「不当な契約条項（８～10条関連）」の代表的な販売手口、関連する相談の内容とその件数について2008年度分を以下の表にまとめました。

表12　消費者契約法に関連する消費生活相談の概要

年度			2008年度	備考
相談総件数			947,623	
「販売方法」に関する相談件数			368,104	
「契約・解約」に関する相談件数			759,288	
不当な勧誘（４条関連）	代表的な販売手口等	(1) 消費者を誤認させる勧誘：消費者契約法の不実告知、断定的判断の提供、不利益事実の不告知となるような販売手口の問題を含む相談。		
		虚偽説明	31,823	虚偽の説明により誤認した相談など。虚偽の説明があった場合でも、他に具体的な手口がわかっているものは含まれない。架空・不当請求の相談は除外。
		説明不足	29,447	勧誘の際の説明不足が原因で誤認した相談など。クレーム処理の際の説明不足も含む。
		サイドビジネス商法	14,605	「内職・副業（サイドビジネス）になる」「脱サラできる」などをセールストークにした手口により誤認した相談など。
		販売目的隠匿	16,513	販売目的を隠した勧誘により誤認した相談など。アポイントメントセールスを含む。
		無料商法	23,204	「無料サービス」「無料招待」「無料体験」など「無料」であることを強調した手口により誤認した相談など。
		点検商法	5,053	「点検に来た」と来訪し、「水質に問題がある」「ふとんにダニがいる」など事実と異なることを言う手口により誤認した相談など。
		身分詐称	8,842	販売員が公的機関や有名企業の職員や関係者であるかのように思わせる手口により誤認した相談など。
		(2) 消費者を困惑させる勧誘：消費者契約法の不退去、退去妨害となるような販売手口の問題を含む相談。		
		強引・強迫	45,903	強引・強迫行為により困惑した相談など。クレーム処理の際の行為等や電話による勧誘も含む。架空・不当請求の相談は除外。
		長時間勧誘	4,490	長時間にわたる勧誘により困惑した相談など。電話による勧誘も含む。
		夜間勧誘	1,610	夜間の勧誘により困惑した相談など。電話による勧誘も含む。
		(3) その他不適切な勧誘：ただちに現行の消費者契約法の対象とはならないが、不適切な勧誘として議論される販売方法の問題を含む相談。		
		二次被害	12,152	一度被害にあった人を再び勧誘して、二次的な被害を与える手口。
		次々販売	10,183	一人の者に次々と契約をさせるような手口。勧誘を断れない消費者につけ込んで、不必要とも思える商品を購入させる相談など。

不当な契約条項（８～１０条関連）	関連する相談の内容	判断能力に問題のある人の契約	5,732	何らかの理由によって十分な判断ができない者の契約であることが問題となっている相談。いわゆる適合性原則に関連した相談など。
		解約料	18,563	契約の解除に伴う不当な損害賠償額の請求を定めた条項についての相談を含む、解約料に関する相談全般。
		遅延金	7,672	金銭の支払いが遅延した場合の不当な損害賠償金を定めた条項についての相談を含む、債務の履行が遅れたことによる損害賠償金（遅延金、遅延損害金、遅延利息等）に関する相談全般。
		保証金等	20,476	不動産賃貸借で、原状回復費用を不当に消費者に負担させることを定めた条項についての相談を含む、債務者が契約時に予め債権者等に対して預ける金銭（手付金、敷金、礼金、内金など）に関する相談全般。

※不当な勧誘（４条関連）については、「販売方法」に関する相談のうち「代表的な販売手口等」を、不当な契約条項（８～10 条関連）については「契約・解約」に関する相談のうち「（不当条項に）関連する相談の内容」を記載。

※「販売方法」、「契約・解約」はマルチカウント。また「代表的な販売手口等」と「関連する相談の内容」の各項目も、すべてマルチカウント。

※不当な勧誘（４条関連）及び不当な契約条項（８～10 条関連）の各項目は、消費者契約法の対象となる相談を含むものであるが、すべてが同法の対象となる相談ではない。

※データは 2009 年９月 15 日までのＰＩＯ－ＮＥＴ（全国消費生活情報ネットワーク・システム）登録分。

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター　情報部

電話 03-3443-1793

Ⅷ　消費者団体の活動状況

内閣府(今後は消費者庁で実施予定)では、消費者団体の概要と活動内容を把握し、消費者団体の育成・強化及び消費者政策（消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策）の立案に資することを目的として、1972年より消費者団体基本調査を実施しています。

この調査は、2001年度まで都道府県に事務を委託して毎年実施してきましたが、統計事務の合理化等の観点から、調査周期を３年とした上で内閣府が直接実施することとなり、以下に紹介する2008年度調査の結果は、２回目の調査となっています。

(1) 調査対象

調査対象とした団体は、「消費者の権利・利益の擁護・維持を目的又は活動内容に含み、消費者によって自主的に組織された団体又は消費者のための活動を恒常的に行っている民間団体（企業及び事業者団体を除く。）」であって、内閣府及び各都道府県で把握している団体です。調査は、2008年10月１日現在の団体状況を基に調査を実施しました（調査票発送数5,646、有効回答率61.8%）。

(2) 消費者団体の組織概要

①　団体数

今回調査により内容を把握された団体数（以下「調査団体」）は2,475団体で、活動範囲別にみると、広域団体が161、県域団体が363、地域団体が1,951となっています。

（注）1. 広域団体：都道府県の範囲を超えブロック又は全国的に会員がいて活動を行う団体。
2. 県域団体：都道府県のおおむね全域に会員がいて活動を行う団体。
3. 地域団体：郡、市、区、町、村などを範囲として活動を行う団体。

②　会員数（参考１参照）

調査団体の会員数は、広域団体が1,619万人、県域団体が185万人、地域団体が234万人となっています。

③　会員規模（参考２参照）

広域団体については、構成団体の延べ個人会員数をみると、会員数10～99人の団体が47.3%と最も多く、次いで10,000人以上が25.4%となっています。また、個人会員数については、10～99人が65.7%と最も多くなっています。

県域団体及び地域団体の合計でみると、会員数10～99人が54.7%と最も多く、次いで100～999人が29.2%となっています。

④　設立年代（参考３参照）

設立年代別に調査団体数をみると、特定非営利活動法人の設立が進んだ2000年代が

652（年平均72）と最も多くなっています。また、次いで、全国的な消費者運動が展開された1970年代が530(年平均53)となっています。

⑤　法人格の有無（参考４参照）

法人格の取得状況をみると、調査団体のうち552団体（全体の22.3%）が法人格を取得しています。また、法人格の取得率では、広域団体が80.1%、県域団体が45.5%、地域団体が13.2%となっています。

法人格の種類別にみると、1998年に特定非営利活動促進法が施行されたことに伴い、特定非営利活動法人（NPO法人）が474団体と全体の85.9%を占めています。

(3) 消費者団体の関心事項（参考５参照）

調査団体に11の調査項目の中から関心事項を３つまで選んでもらう方法により調査したところ、「環境問題」が63.5%、「消費者啓発・教育」が55.9%、「食品に関する問題」が52.0%で関心の高い項目となっています。

(4) 消費者団体の活動状況（参考６参照）

調査団体に15項目の中から最近１年間の活動状況を選んでもらう方法(複数回答)により調査したところ、「講習会・見学会等の開催」が81.3%と最も高く、「機関紙・誌の発行、ホームページの開設」が42.0%、「バザー、フリーマーケット」が33.3%、「調査活動」が32.0%となっています。

参考１　消費者団体の数及び会員数

	団体数	会員数(千人)
広域団体	161	16,190
県域団体	363	1,855
地域団体	1,951	2,348
合計	2,475	―

（注１）会員数の集計に際しては、単位団体の連合体の会員数を除いている。
（注２）会員数の回答がなかった団体は、会員数をゼロとして集計している。
（注３）会員数は、広域団体・県域団体・地域団体の間で重複することがあるため、単純に合計することはできない。

参考２　会員規模別団体数

会員規模	広域団体				県域団体		地域団体		計	
	構成団体の延べ個人会員		個人会員		団体数	比率(%)	団体数	比率(%)	団体数	比率(%)
	団体数	比率(%)	団体数	比率(%)						
1～9人	5	9.1	5	3.8	7	2.4	88	4.7	95	4.4
10～99人	26	47.3	86	65.7	154	52.2	1,033	55.1	1,187	54.7
100～999人	5	9.1	25	19.1	63	21.4	570	30.5	633	29.2
1,000～9,999人	5	9.1	13	9.9	47	15.9	143	7.6	190	8.8
10,000人以上	14	25.4	2	1.5	24	8.1	40	2.1	64	2.9
合　計	55	100.0	131	100.0	295	100.0	1,874	100.0	2,169	100.0

(注)広域団体、県域団体、地域団体のいずれも、会員数が判明している団体について集計。

参考３　設立年代別団体数

	広域団体	県域団体	地域団体	計	年平均
1944年以前	1	4	20	25	―
1945年～1949年	5	24	82	111	22
1950年代	8	45	135	188	19
1960年代	8	29	187	224	22
1970年代	9	54	467	530	53
1980年代	5	28	274	307	31
1990年代	12	33	235	280	28
2000年代	110	138	404	652	72
不　明	3	8	147	158	―
合　計	161	363	1,951	2,475	―

参考４　法人格取得数

	広域団体	県域団体	地域団体	計
社団法人	4	7	11	22
財団法人	5	14	16	35
NPO法人	119	143	212	474
その他	1	1	19	21
合　計	129	165	258	552

（注）「その他」は、社会福祉法人、生活協同組合連合会等である。

参考５　消費者団体の関心事項（複数回答）

	広域団体		県域団体		地域団体		合計	
	(N=161)		(N=363)		(N=1,951)		(N=2,475)	
	団体数	比率(%)	団体数	比率(%)	団体数	比率(%)	団体数	比率(%)
環境問題（リサイクル、省エネ・省資源等）	67	41.6	201	55.4	1,303	66.8	1,571	63.5
消費者啓発・教育（機関紙発行、講習会等）	98	60.9	222	61.2	1,064	54.5	1,384	55.9
食品に関する問題（安全性、偽装表示問題等）	48	29.8	164	45.2	1,076	55.2	1,288	52.0
医療・健康・高齢者問題（医療過誤、喫煙問題、福祉、介護、年金等）	55	34.2	127	35.0	561	28.8	743	30.0
経済活動（共同購入、産地直売等）	23	14.3	70	19.3	385	19.7	478	19.3
商品・サービスの品質や安全性に関する問題	38	23.6	51	14.0	263	13.5	352	14.2
苦情相談窓口の開設、弁護士等の紹介	31	19.3	36	9.9	110	5.6	177	7.2
商品・サービスの契約・解約に関する問題	18	11.2	34	9.4	113	5.8	165	6.7
商品テスト、調査活動	18	11.2	29	8.0	93	4.8	140	5.7
物価問題（便乗値上げ等）	3	1.9	12	3.3	72	3.7	87	3.5
誇大広告・不当表示	12	7.5	16	4.4	32	1.6	60	2.4

（注）関心事項を選んでもらう方法（3つまで）により調査。

参考６　消費者団体の活動状況（複数回答）

	広域団体		県域団体		地域団体		合計	
	(N=161)		(N=363)		(N=1,951)		(N=2,475)	
	団体数	比率(%)	団体数	比率(%)	団体数	比率(%)	団体数	比率(%)
講習会・見学会等の開催	117	72.7	299	82.4	1,597	81.9	2,013	81.3
機関紙・誌の発行、ホームページの開設	114	70.8	214	59.0	711	36.4	1,039	42.0
バザー（不用品即売会を含む）、フリーマーケット	10	6.2	54	14.9	760	39.0	824	33.3
調査活動	86	53.4	137	37.7	570	29.2	793	32.0
共同購入	12	7.5	59	16.3	479	24.6	550	22.2
資源回収(古紙・空缶・牛乳パック・トレイ等)	9	5.6	47	12.9	487	25.0	543	21.9
パンフレット類の発行	68	42.2	116	32.0	324	16.6	508	20.5
産地直売	14	8.7	59	16.3	375	19.2	448	18.1
福祉、介護等のサービス	8	5.0	49	13.5	304	15.6	361	14.6
廃食用油回収	3	1.9	19	5.2	337	17.3	359	14.5
弁護士、消費生活センター等の紹介	29	18.0	53	14.6	239	12.3	321	13.0
苦情相談窓口、電話110番の開設	27	16.8	36	9.9	96	4.9	159	6.4
自主企画商品（化粧品等）	7	4.3	20	5.5	113	5.8	140	5.7
あっせん	12	7.5	20	5.5	87	4.5	119	4.8
商品テスト	13	8.1	19	5.2	83	4.3	115	4.6

（注）最近1年間の活動状況を選んでもらう方法（複数回答）により調査。

問い合わせ先
○消費者庁地方協力課
電話 03-3507-8111（代）

Ⅸ　消費者政策関連制度等

①　消費者支援功労者表彰制度

消費者利益の擁護・増進のために各方面で活躍されている方々を表彰する制度として、これまで「消費者保護功労者表彰制度」が1985年以来実施されてきました。

「消費者基本法」の成立を機に制度の見直しを行うとともに、2005年度から名称を「消費者支援功労者表彰制度」(2004年10月改正）と改め、最近数年の間に消費者支援活動を積極的に行い顕著な成果をあげられた方々を対象とした表彰制度を設けています。

②　消費生活に関する資格認定制度等

１）消費生活相談員養成講座修了制度

独立行政法人国民生活センターは、1974 年度より地方自治体の消費生活センター等で消費生活相談業務に従事する相談員の養成を目的として、消費生活相談員養成講座を全国で実施しています。2009 年 12 月現在の修了者は 2,304 名で、多くの人が全国各地で消費生活相談員として活躍しています。

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター研修部教務課
住所　〒252-0229 神奈川県相模原市中央区弥栄3-1-1
電話 042-758-3163

２）消費生活専門相談員資格認定制度

この資格は、国・地方公共団体等において消費生活相談業務に携わる相談員の能力・資質の向上等を図ることを目的に設けられた公的資格です。内閣総理大臣の認可事業として独立行政法人国民生活センターが 1991 年より資格認定試験を実施し、2010 年１月現在 4,348 名が「消費生活専門相談員」の資格認定を受け、全国各地の消費生活センター等で活躍しています。

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター研修部　資格制度事務局
住所　〒252-0229 神奈川県相模原市中央区弥栄3-1-1
電話 042-758-3164

３）消費生活アドバイザー制度

(財)日本産業協会が、企業や公的機関等で苦情相談業務等に携わる人材の養成を目的として、消費者相談業務に関する知識・技能について試験を実施し、その合格者に対して「消費生活アドバイザー」の称号を付与する制度です。昭和55年に第１回の試験が行われて以来、平成19年２月１日現在11,285名が称号を付与されています。

問い合わせ先

○(財)日本産業協会
住所　〒101-0047 東京都千代田区内神田2―11―1　島田ビル3階
電話 03-3256-7731

③（社）消費者関連専門家会議（ＡＣＡＰ）

(社)消費者関連専門家会議は、企業の消費者志向体制の整備・充実に努めることを目的として、企業のお客様相談室の責任者等で組織する内閣総理大臣許可の公益法人です。会員の専門家としての資質を高めるために、東京と大阪で毎月消費者問題をテーマにした講演会､実務直結テーマでの自主研究活動のほか､企業向け研修、各種調査、消費者啓発、講師派遣、情報提供等の事業を行っています。

(社)消費者関連専門家会議（略称ＡＣＡＰ－エイキャップ、Association of Consumer Affairs Professionals）は、消費者の求める安心・安全への配慮、消費者からの問い合わせや相談・苦情等への対応、消費者ニーズの企業活動への反映など、企業にとって重要な消費者志向体制の確立・推進をめざして、企業のお客様相談室等の責任者を中心として、1980年10月に任意団体として発足、1985年５月に内閣総理大臣の許可を得て社団法人になりました。各企業や各業界の枠を超えた横断的組織として消費者問題への対応や調査研究、さらには消費者啓発活動など、消費者と企業の架け橋として、幅広く実践的な活動を展開しています。

＜活動の概要＞

１）研究・研修活動－ＣＳ（顧客満足）、製品安全、個人情報保護、苦情対応などをテーマにした自主研究会や講演会を継続的に開催しています。また、会員企業に加え未加入企業も参加可能な研修を東京、大阪で実施しています。

２）消費者啓発のための情報提供－会員企業が持つ消費者啓発情報に直接リンクできるホームページを開設している他、地方自治体と連携する形での消費者啓発展や講師派遣、機関誌「ACAP　FORUM」の発行、消費者問題に関する提言募集などを行っています。

３）調査活動－企業のお客様相談室の実態調査、自主行動基準に関する実態調査、製品の安全性や回収対応等に関する調査等を実施しています。

４）提言活動－現在及び将来に向けての消費者問題への適切な対応を図るための各種提言・啓発活動を実施しています。

問い合わせ先

○(社)消費者関連専門家会議
住所　〒160-0022　東京都新宿区新宿1-14-12玉屋ビル５Ｆ
電話 03-3353-4999
FAX　03-3353-5049
ホームページ　http://www.acap.or.jp/

④（社）全国消費生活相談員協会（ＪＡＣＡＳ）

（社）全国消費生活相談員協会は各地の消費生活センター等で消費生活相談業務等に従事している消費生活相談員を中心に1977年に内閣総理大臣の許可を得て設立された社団法人です。創立30周年を迎えた2007年11月には、内閣総理大臣より消費者契約法の「適格消費者団体」として認定されました。北海道、東北、関東、中部、北陸、関西、九州の7支部で組織しており、2010年６月現在　約2,100名の会員が全国で活動しています。会員は主として公的資格「消費生活専門相談員」の有資格者です。会員及び消費生活問題専門家の資質向上、消費者教育・啓発等を目的に各種事業を行っています。ＪＡＣＡＳ（ジェイカス）は、Japan Association of Consumer Affairs Specialistsの略称です。

主な活動として、「電話相談110番」や「週末電話相談」を実施して消費者被害の救済を図る一方、寄せられた相談の中から、消費者契約法の不当条項などに該当する条項の使用停止や改善を求める「適格消費者団体」としての活動も積極的に行っております。さらに、「消費者問題出前講座」を全国津々浦々で実施し、消費者被害の未然防止や拡大防止に努めています。

また、ブックレット等の消費者教育・啓発のための教材の出版、各省庁への要望書やパブリックコメントなど提言も積極的に行っています。

主な事業は次のとおりです。

１）適格消費者団体としての活動
２）週末電話相談の実施：週末電話相談専用電話
　　東　京 03-3448-1409（土曜・日曜 10:00～12:00、13:00～16:00）
　　大　阪 06-6203-7650（日曜 10:00～16:00）
　　北海道 011-612-7518（土曜 13:00～16:00）
３）消費者被害の実態把握とその救済を目的とした電話相談110番事業
４）消費者教育・啓発のための講座、ブックレット等の作成
５）会員及び消費生活問題専門家の資質向上のための研修
６）関係行政機関、業界団体等への消費生活向上に関する提言活動
７）消費生活問題に関連するシンポジウムの開催
８）機関紙の発行等

問い合わせ先

○(社)全国消費生活相談員協会
　住所 〒108-8566　東京都港区高輪3-13-22 国民生活センタービル内
　電話 03-3448-9736
　FAX　03-3448-9830
　ホームページ　http://www.zenso.or.jp/

⑤（社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（ＮＡＣＳ）

（社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（Nippon Association of Consumer Specialists：【ＮＡＣＳ】ナックス）は、昭和63年６月に設立された消費生活に関する専門家集団です。会員は主として消費生活アドバイザーと消費生活コンサルタントによって構成され、全国で約4,000名の会員を有しています。

ＮＡＣＳは消費者利益と企業活動の調和を図りながら健全な消費社会の実現をめざし幅広い活動を展開しております。この活動の一環として、平成18年２月には、経済産業省から認定個人情報保護団体の認定を取得しました。

１）消費生活に関する消費者啓発
・学校における消費者教育の実施
・ＮＡＣＳシンポジウム・フォーラムの実施
・コンシューマーＡＤＲ、ＮＡＣＳウィークエンド･テレホンの実施
　「ＮＡＣＳウィークエンド･テレホン」
　　東京 03-5729-3711　（土、日　12：00～17：00）
　　大阪 06-4790-8110　（土　　10：00～16：00）
・電話相談110番の実施
・環境問題への取り組み
・消費生活アドバイザー制度普及活動
・講演会、セミナー、座談会の開催
・情報紙の発行
・ＮＡＣＳ情報のインターネット配信
・消費者啓発等に関する刊行物の発行

２）消費生活に関する調査研究活動
・消費生活研究所および各委員会･支部による調査研究活動の実施
・消費者志向マネジメントシステムの推進
・研究会、研修会の開催

３）内外関係機関との情報交換
・行政、業界団体、消費者団体等関係機関との交流
・提言活動(パブリックコメントの提出等)
・賛助会企業等との消費者情報交換会の実施

４）人材育成
・消費生活相談員実践養成講座の実施
・コンシューマーＡＤＲエキスパート養成講座の実施

問い合わせ先

○(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
　住所 〒152-0031　東京都目黒区中根2-13-18第百生命都立大学駅前ビル
　電話 03-3718-4678
　FAX　03-3718-4015
　ホームページ　http://www.nacs.or.jp

⑥（財）日本消費者協会

（財）日本消費者協会は、昭和36年９月に設立された消費者啓発活動の推進機関で、

消費者リーダーの養成、一般消費者の消費者力の向上、出版活動、商品テスト、消費者相談等により、くらしの改善や充実した消費生活のための事業を実施しています。

１）消費生活コンサルタント養成講座の実施

消費者リーダーや消費生活センター等の相談員をはじめ、幅広く消費者問題の専門家を養成するため、講座を開設しています。例年秋に２カ月にわたってスクーリング形式で行います。

２）消費生活能力検定試験

消費者、企業人を問わず、あらゆる人に生活者としての消費者力向上をはかるため、消費生活の知識がどれほど身についているかについて、検定試験を行います。

３）消費者啓発用の月刊誌、小冊子等刊行

すぐに役立つ消費者情報を満載した「月刊消費者」、消費者啓発用小冊子、単行本、ビデオの発行

４）消費者相談の実施

消費生活に関する各種苦情・問合せなどについて、消費生活コンサルタントが対応します。

消費者相談室電話番号：03-5282-5319(月～金の10:00～12:00、13:00～15:00)

問い合わせ先

○(財)日本消費者協会

住所 〒101-0061　東京都千代田区三崎町1-3-12水道橋ビル9Ｆ
電話 03-5282-5311
FAX　03-5282-5315
ホームページ　http://www1.sphere.ne.jp/jca-home/

⑦（社）全国警備業協会

警備業界の業界団体である(社)全国警備業協会では、警備業者と消費者間のセキュリティーサービスにかかわる契約に関して起こるトラブルを防止するために、「消費者契約に関するガイドライン」を定めるとともに、ＡＤＲ機関として同協会及び各都道府県警備業協会に苦情受付窓口を設け、警備業者、顧客のいずれかの申し出により、問題の適切な解決に努めるものとしており、業界団体として自主的に警備業務に関する苦情の解決を図っています。

問い合わせ先

○(社)全国警備業協会総務部

電話 03-3342-5821

⑧（財）日本クレジットカウンセリング協会

(財)日本クレジットカウンセリング協会は、クレジットや消費者ローンの利用者で､複数の債務者に対しての債務の返済が困難に陥ったいわゆる多重債務者に対し、消費者保護の立場から公正・中立なカウンセリング等を行い、その生活再建と救済を図ること、及びクレジットや消費者ローンの健全な利用についての啓発を行い、多重債務者の発生の未然防止を図ることを目的として、1987年に設立されました。

(財)日本クレジットカウンセリング協会では、日本弁護士連合会、消費者団体、言論界、学識経験者、クレジット業界、貸金業界及び銀行業界の協力の下、消費者信用業界横断的なカウンセリング組織として、カウンセリング事業等の事業を行っています。

１）多重債務者の生活再建と救済を図るためのカウンセリング事業

クレジットや消費者ローンの利用者で複数の債務者に対する債務の返済が困難な状況に陥った方の生活再建と救済を図るため、消費者保護の観点から公正・中立な立場でカウンセリング事業を実施しており、（財）日本クレジットカウンセリング協会の地域の各カウンセリングセンターにおいて実施する電話相談と面談によるカウンセリング事業と、全国主要都市において、弁護士会等の協力のもとに実施する法律・家計相談会とがあります。

２）クレジットや消費者ローンの健全な利用に関する啓発・調査事業

クレジットや消費者ローンによる多重債務者の発生を未然に防止するための啓発・調査事業を行っており、消費者啓発用のビデオ、リーフレット・冊子等の資料も用意しております。

問い合わせ先

○（財）日本クレジットカウンセリング協会

住所 〒160-0022 東京都新宿区新宿1-15-9 さわだビル４階
電話 03-3226-0121、FAX 03-3226-7451
ホームページ http://www.jcca-f.or.jp/

・福岡センター
住所 〒810-0041 福岡市中央区大名2-12-15 赤坂セブンビル２階
電話 092-739-8108

・名古屋センター
住所 〒460-0002 名古屋市中区丸の内3-19-1 ライオンビル７階
電話 052-957-1233

・仙台センター
住所 〒980-0803 仙台市青葉区国分町1-7-18 白蜂広瀬通ビル６階
電話 022-217-7014

・広島センター
住所 〒730-0017 広島市中区鉄砲町5-16 広島サンケイビル２階
電話 082-511-8008

・新潟センター
住所 〒950-0087 新潟県新潟市中央区東大通2-5-8 東大通野村ビル４階
電話 025-248-3388
・静岡センター 〒420-0852 静岡県静岡市葵区紺屋町4-8
セゾン生命静岡ビル３階
電話 054-275-5508

⑨ 公益通報者保護制度の円滑な運用

１）背景

事業者内部の労働者等からの通報を契機として、国民生活の安全や安心を損なうような企業不祥事が相次いで明らかになった状況を踏まえ、事業者等の法令遵守を図り、もって国民生活の安定及び社会経済の健全な発展に資するため、事業者内部の違法行為を通報した労働者に対する解雇等の不利益な取扱いを禁止する公益通報者保護法が制定され、2006年４月１日から施行されました。

２）公益通報者保護法の概要

「公益通報」とは、ア）労働者が、イ）不正の目的でなく、ウ）勤務先、取引先又はその経営者や従業員に関して「通報対象事実」が生じ、又はまさに生じようとしている旨を、エ）(a) 勤務先等、(b) 権限を有する行政機関又は (c) 被害の拡大防止等のために必要と認められる者のいずれかに通報することをいいます。

ここでいう「通報対象事実」とは、国民の生命、身体、財産その他の利益の保護にかかわる法律として別表及び政令に掲げる法律（刑法、食品衛生法、ＪＡＳ法など約430本）に規定する犯罪行為及び一定の法令違反行為です。

これらの公益通報について、所定の要件を満たした通報を行った場合、公益通報をしたことを理由とする解雇は無効とされ、その他の不利益な取扱い（降格、減給等）も禁止されます。

なお、本法による保護の対象にならない通報を行った労働者については、これまでどおり、解雇権濫用法理（労働契約法）等の従来の法体系の中で、解雇の有効性等が判断されます。

３）公益通報者保護制度の円滑な運用

公益通報者保護制度の円滑な運用にあたっては、公益通報を受け付ける事業者及び行政機関の体制整備、労働者等への周知が行われることが必要です。

このため、消費者庁において、公益通報者保護制度についてわかりやすく解説したハンドブック、事業者や行政機関の体制整備に役立つようなガイドライン等を作成し、公表しています。

また、労働者・事業者等が公益通報者保護制度について相談できる窓口として「公益通報者保護制度相談ダイヤル」を設置しています。

法制度に関するハンドブック等の各種資料については、公益通報者保護制度ウェブサイトに掲載していますのでご参照下さい。

問い合わせ先

○消費者庁　公益通報者保護制度相談ダイヤル
電話 03-3507-9262（平日　9:30～12:30、13:30～17:30）
○公益通報者保護制度ウェブサイト
ホームページ　http://www.caa.go.jp/seikatsu/koueki/index.html

⑩ 成年後見制度

認知症、知的障害、精神障害などの理由で判断能力の不十分な方々は、不動産や預貯金などの財産を管理したり、介護などのサービスや施設への入所に関する契約を結んだりする必要があっても、自分でこれらのことをするのが難しい場合があります。また、自分に不利益な契約であってもよく判断ができずに契約を結んでしまい、悪徳商法の被害にあうおそれもあります。このような判断能力の不十分な方々を保護し、支援するのが成年後見制度です。

〈制度の主な概要〉

○　成年後見制度には、大きく分けると、法定後見制度と任意後見制度の2つがあります。

○　法定後見制度は、「後見」「保佐」「補助」の3つに分かれており、判断能力の程度など本人の事情に応じて制度を選べるようになっています。

法定後見制度においては、家庭裁判所によって選ばれた成年後見人等（成年後見人・保佐人・補助人）が、本人の利益を考えながら、本人を代理して契約などの法律行為をしたり、本人が自分で法律行為をするときに同意を与えたり、本人が同意をしないでした不利益な法律行為を後から取り消したりすることによって、本人を保護・支援します。

成年後見人等には、本人の近親者が選ばれることが多いですが、法律・福祉の専門家その他の第三者や、福祉関係の公益法人その他の法人が選ばれる場合もあります。また、成年後見人等を監督する成年後見監督人などが選ばれることもあります。

○　任意後見制度は、本人が十分な判断能力があるうちに、将来、判断能力が不十分な状態になった場合に備えて、あらかじめ自分が選んだ代理人（任意後見人）に、自分の生活、療養看護や財産管理に関する事務について代理権を与える契約（任意後見契約）を公証人の作成する公正証書で結んでおくというものです。そうすることで、本人の判断能力が低下した後に、任意後見人が、任意後見契約で決めた事務について、家庭裁判所が選任する「任意後見監督人」の監督の もと本人を代理して契約などを結ぶことによって、本人の意思に従った適切な保護・支援をすることが可能になります。

○　後見開始の審判がされたときや、任意後見契約の公正証書が作成されたときには、家庭裁判所や公証人からの嘱託によって、成年後見人等の権限や任意後見契約の内容などが東京法務局後見登録課のコンピュータ・システムに登記され、本人、成年後見人等、一定の者からの請求により、登記官が登記事項を証

明した 登記事項証明書（登記事項の証明書・登記されていないことの証明書）を交付することによって登記情報を開示しています（成年後見登記制度）。

問い合わせ先

○法務省民事局参事官室・民事第一課

電話 03-3580-4111（代）

X　全国の消費生活条例の制定・改正状況

1．都道府県

都道府県名	条例等名	公布年月日	最終改正年月日
北海道	北海道消費生活条例	平 11.10.15	平 21. 3.31
青森県	青森県消費生活条例	平 10. 3.25	平 11.12.24
岩手県	岩手県消費生活条例	昭 50. 7.30	平 17. 3.28
宮城県	消費生活条例	昭 51. 3.27	平 17.12.22
秋田県	秋田県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 51. 3.27	平 17. 3.18
山形県	山形県消費生活条例	平 18. 3.22	
福島県	福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 52. 8. 1	平 16. 7. 6
茨城県	茨城県消費生活条例	昭 50.12.26	平 20. 3.26
栃木県	栃木県消費生活条例	昭 51. 3.27	平 14.12.27
	栃木県消費生活センター条例	昭 46. 3.15	昭 50. 3.22
群馬県	群馬県消費生活条例	昭 51.10.25	平 18. 3.28
埼玉県	埼玉県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 50. 3.12	平 17. 3.29
千葉県	千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例	平 19.12.21	
東京都	東京都消費生活条例	平 6.10. 6 ※全部改正	平 18.12.22
神奈川県	神奈川県消費生活条例	昭 55.3.31	平 17. 3.29
新潟県	新潟県消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 52.12.22	平 17. 7.22
富山県	富山県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 55.10. 7	平 18. 3.24
石川県	石川県安全安心な消費生活社会づくり条例	平 16. 3.23	
福井県	福井県民の消費生活の安定および向上に関する条例	昭 55. 3.22	平 17.12.22
山梨県	山梨県消費生活条例	昭 50. 7.12	平 17.12.22
長野県	長野県消費生活条例	平 20. 7.10	
岐阜県	岐阜県消費生活条例	昭 50. 7.23	平 18.12.14
静岡県	静岡県消費生活条例	平 11. 3.19	平 20.10.24
愛知県	県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 50.10.13	平 14.12.20
三重県	三重県消費生活条例	平 7.12.22	平 18. 3.28
滋賀県	滋賀県消費生活条例	昭 50.12.19	平 17.12.27
京都府	京都府消費生活安全条例	昭 54.11.10	平 19. 3.16
大阪府	大阪府消費者保護条例	昭 51.10.22	平 17. 3.29
兵庫県	消費生活条例	昭 49. 9.26	平 17. 3.28
奈良県	奈良県消費生活条例	昭 49.12.14	平 18. 3.28
和歌山県	和歌山県消費生活条例	平 8.12.24	平 17.10. 7
鳥取県	消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 55. 3.28	平 18. 3.28
島根県	島根県消費生活条例	昭 51.10.19	平 17. 7.19 全部改定

岡山県	岡山県消費生活条例	昭 51. 9.20	平 17. 3.18
広島県	広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例	昭 51. 3.29	平 20. 3.25
山口県	消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 55. 3.29	平 17.12.27
徳島県	徳島県消費者の利益の擁護及び増進のための基本政策に関する条例	平 16.12.27	平 21.10.23
香川県	香川県消費生活条例	昭 50. 3.25	平 17. 3.29
愛媛県	愛媛県消費生活条例	昭 50. 3.14	平 17. 3.25
高知県	高知県消費生活条例	昭 50. 7.16	平 18. 7.18
福岡県	福岡県消費生活条例	昭 52. 3.28	平 18. 3.31
佐賀県	佐賀県民の安全安心な消費生活に関する条例	平 17. 3.24	平 17.12.19
長崎県	長崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 53. 9.28	平 17. 3.22
熊本県	熊本県消費生活条例	昭 52. 9.30	平 20. 3.6
大分県	大分県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 53.12.23	平 16.12.20
宮崎県	宮崎県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 54. 3.10	平 17. 3.29
鹿児島県	鹿児島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例	昭 52.10.3	平 17. 3.29
沖縄県	沖縄県消費生活条例	平 17.12.27	

2．政令指定都市

市名	条例等名	公布年月日	最終改正年月日
札幌市	札幌市消費生活条例	平 6. 3.30	平 19. 6. 7
仙台市	仙台市消費生活条例	平 16. 3.19	
さいたま市	さいたま市消費生活条例	平 18. 3.23	
千葉市	千葉市消費生活条例	平 2. 3.31	平 18. 3.22
川崎市	川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例	昭 49.10. 8	平 17. 9.30
横浜市	横浜市消費生活条例	平 8. 3.28	平 17.12.28
新潟市	新潟市消費生活条例	平 18.12.21	
静岡市	静岡市消費生活条例	昭 59. 3.17	平 19. 3.20
浜松市	浜松市民の消費生活の保護に関する条例	昭 50. 3.28	平 15. 3.25
名古屋市	名古屋市消費生活条例	昭 51. 6.10	平 16.12.27
京都市	京都市消費生活条例	昭 50. 8.14	平 17. 3.25
大阪市	大阪市消費者保護条例	昭 51. 4. 1	平 18. 3.31
堺市	平成 21 年４月１日時点では条例制定なし		
神戸市	神戸市民のくらしをまもる条例	昭 49. 5.31	平 17. 4.1
岡山市	岡山市消費生活条例	昭 52. 7. 1	平 14. 4.1
広島市	広島市消費生活条例	平 18.10.10	
北九州市	北九州市消費生活条例	平 16. 9.29	
福岡市	福岡市消費生活条例	平 16.12.20	

Ⅺ　苦情相談等の処理状況

●消費者庁

消費者庁では、所管法律についての法解釈や消費者庁の施策についての質問・照会等に対応しております。また、消費者にとっての相談機会の充実を図るため、全国共通の電話番号から身近な消費生活相談窓口を案内する「消費者ホットライン」の実施により、消費生活相談の最初の一歩をお手伝いしています。

また、消費者庁又は都道府県は、景品表示法の規定に違反して、過大な景品類の提供や不当な表示が行われている疑いがある場合に、これらの行為を行っている事業者から事情を聴取したり、資料を収集して調査します。その結果、これらの行為が同法に違反すると認められた場合は、その事業者に対し、消費者庁は措置命令等の措置を、都道府県は指示等の措置を採っています。

なお、調査のための権限については、消費者庁から公正取引委員会に委任されています。

違反事件処理状況

事項＼年度			7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
消費者庁(※)	措置命令(※)	景品	0	0	4	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		表示	3	6	4	7	2	3	10	22	27	21	28	32	56	52	12
		小計	3	6	8	8	6	3	10	22	27	21	28	32	56	52	12
	警告	景品	284	211	166	176	110	119	122	105	78	0	0	0	0	0	0
		表示	325	318	293	277	206	201	257	297	304	21	36	7	19	9	6
		小計	609	529	459	453	316	320	379	402	382	21	36	7	19	9	6
	注意	景品	—	—	—	—	—	25	9	4	29	72	78	54	38	24	19
		表示						123	74	106	213	650	532	596	482	527	377
		小計						148	83	110	242	722	610	650	520	551	396
	計	景品	284	211	170	177	114	144	131	109	107	72	78	54	38	24	19
		表示	328	324	297	284	208	327	341	425	544	692	596	635	557	588	395
		小計	612	535	467	461	322	471	472	534	651	764	674	689	595	612	414
都道府県	指示	景品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		表示	0	0	0	0	0	2	2	22	6	14	11	18	28	21	26
		小計	0	0	0	0	0	2	2	22	6	14	11	18	28	21	26
	注意	景品	488	313	229	200	141	150	109	98	56	51	62	32	20	33	19
		表示	1,646	1,040	572	477	411	319	355	443	408	1,110	606	694	660	633	850
		小計	2,134	1,353	801	677	552	469	464	541	464	1,161	668	726	680	666	869
	計	景品	488	313	229	200	141	150	109	98	56	51	62	32	20	33	19
		表示	1,646	1,040	572	477	411	321	357	465	414	1,124	617	712	688	654	876
		小計	2,134	1,353	801	677	552	471	466	563	470	1,175	679	744	708	687	895

（※）平成 21 年８月以前は、公正取引委員会における行政処分件数

（注）１　「注意」とは、景品表示法違反につながるおそれがあるため、同法の遵守について事業者の注意を喚起する場合に行う措置（2000 年度から処理件数に追加）。

２　警告については、従来、一部のみを公表していたが、2004 年度より原則としてすべて公表とし、旧警告（非公表）事案は注意としているため、件数が減少している。

●金融庁

金融庁では、金融サービス利用者相談室において、金融サービス等に関する利用者からの電話・ウェブサイト・ファックス等を通じた質問・相談・意見等に一元的に対応しています。

寄せられる相談等のうち利用者と金融機関の間の個別トラブルについては、斡旋・仲介・調停は行いませんが、お話を伺った上で、他機関の紹介や論点の整理などのアドバイス等を行っています。

また、寄せられた相談等の内容については、金融庁内の関係部局に回付し、検査・監督等の参考として活用しています。

なお、相談等の受付状況等については、四半期毎に公表しています。

●警察庁

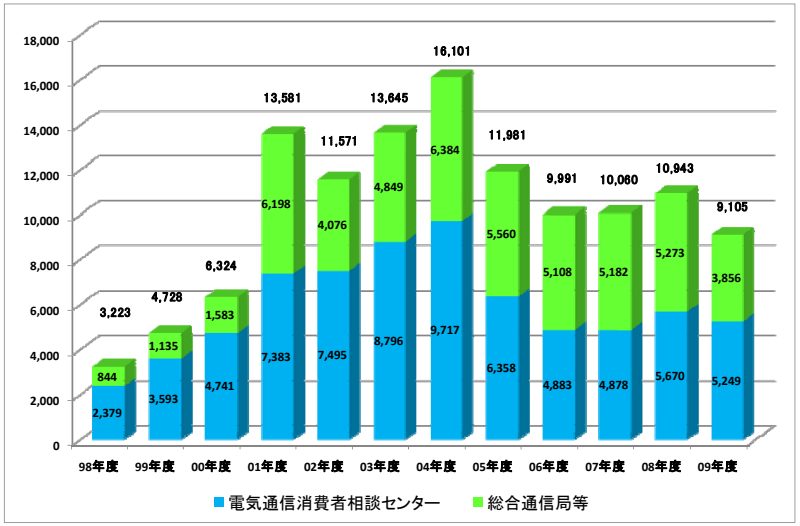
警察においては、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、各都道府県警察における「警察総合相談室」等の相談窓口の設置、「悪質商法110番」、「＃9110」番等の警察相談専用電話等の開設、各都道府県警察が開設するホームページ上での警察安全相談の広報等により、悪質商法に関する苦情・相談に対応しています。

●総務省

総務省においては、高度化・多様化する電気通信サービスに関する苦情・相談等に応じるため、「電気通信消費者相談センター」を設置し、電気通信サービスの利用者からの苦情・相談等を受け付けています。

また、地方総合通信局及び沖縄総合通信事務所においても、「総合通信相談所」等の窓口を設置し、電気通信サービスの利用者からの苦情・相談等を受け付けています。

電気通信サービスに関する苦情・申告件数（単位：件数）



●農林水産省

本省や地方農政局等に「消費者の部屋」や「消費者コーナー」を設置し、消費者からの情報・相談等を受け付けるとともに、食料、農林水産業・食品産業、農山漁村等についての情報提供及び啓発を行っています。

消費者からの相談等の内容は、農林水産省が所管する制度に関することから、食に関して世間で話題になっていることまで様々であり、これらの相談等を個別に処理するだけでなく、農林水産行政への反映に努めています。

また、毎月の相談実績を取りまとめた「消費者の部屋通信」を発行し、消費者団体等に配布するとともに、ホームページ（http://www.maff.go.jp/j/heya/index.html）で紹介しています。

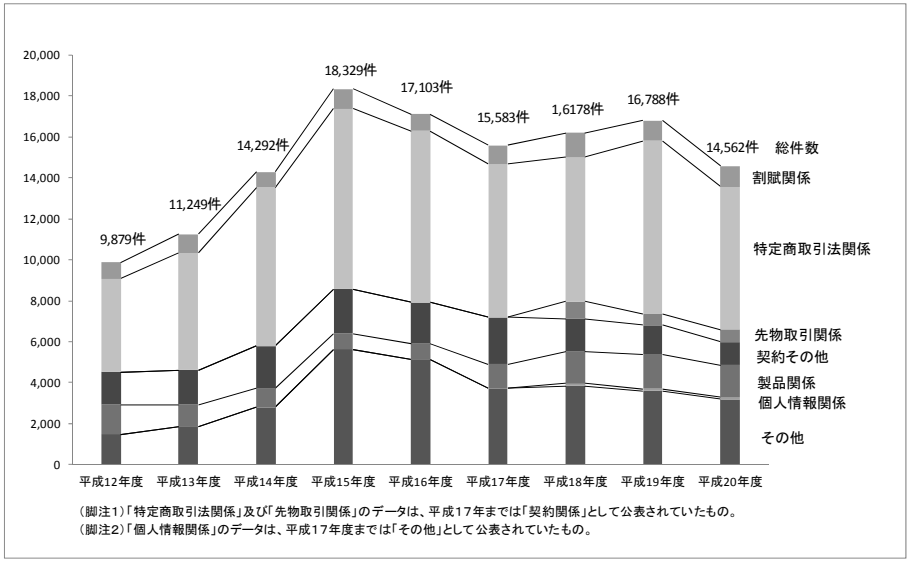
このほか、庁舎外でイベント等が開催される場合には、臨時に「移動消費者の部屋」を設け相談を受け付けています。

●経済産業省

経済産業省では、当省所管の物資（商品）、役務（サービス）及び消費者取引に関する消費者からのご相談を本省及び各経済産業局（沖縄総合事務局を含む）の消費者相談室で受け付けています。頂いたご質問、ご相談については相談員がお電話にてお答えします。ご相談は、郵便若しくは電子メールでも受け付けています。

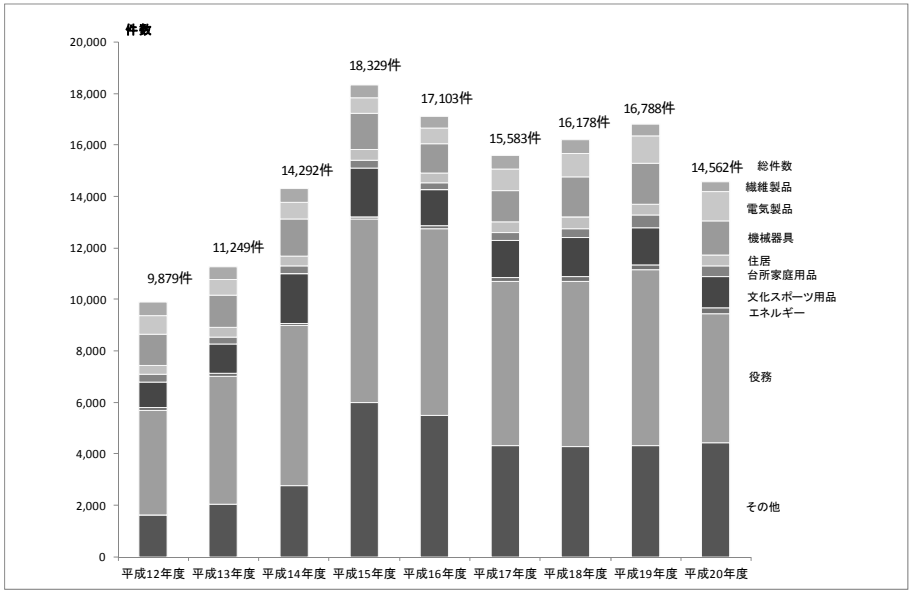
受け付けた消費者相談は個別に処理するのみでなく、その内容を整理集計し、消費者行政推進のための貴重な資料としても活用しています。

①消費者相談処理件数の年度別推移

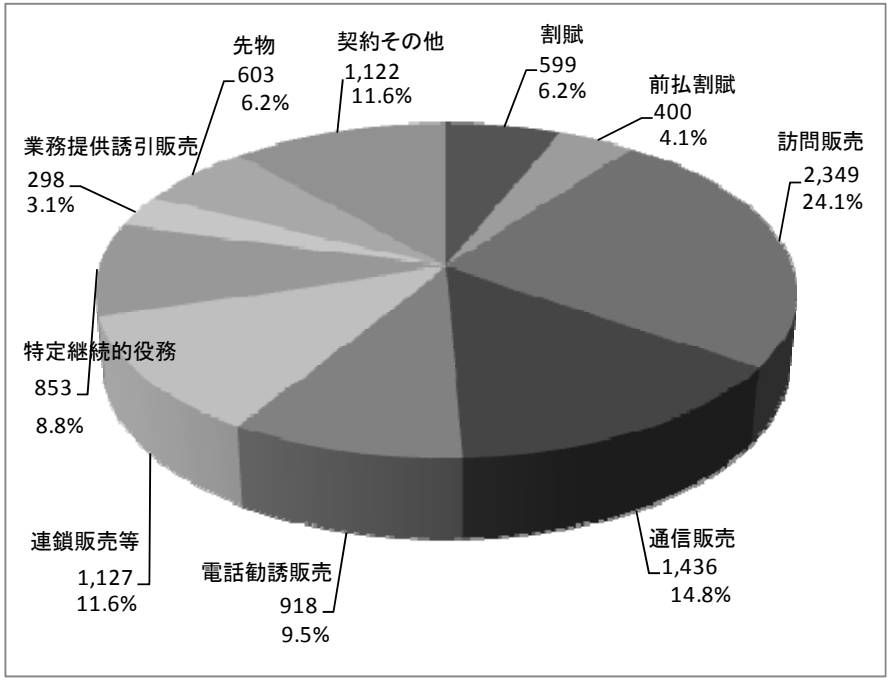


（脚注1）「特定商取引法関係」及び「先物取引関係」のデータは、平成17年までは「契約関係」として公表されていたもの。
（脚注2）「個人情報関係」のデータは、平成17年度までは「その他」として公表されていたもの。

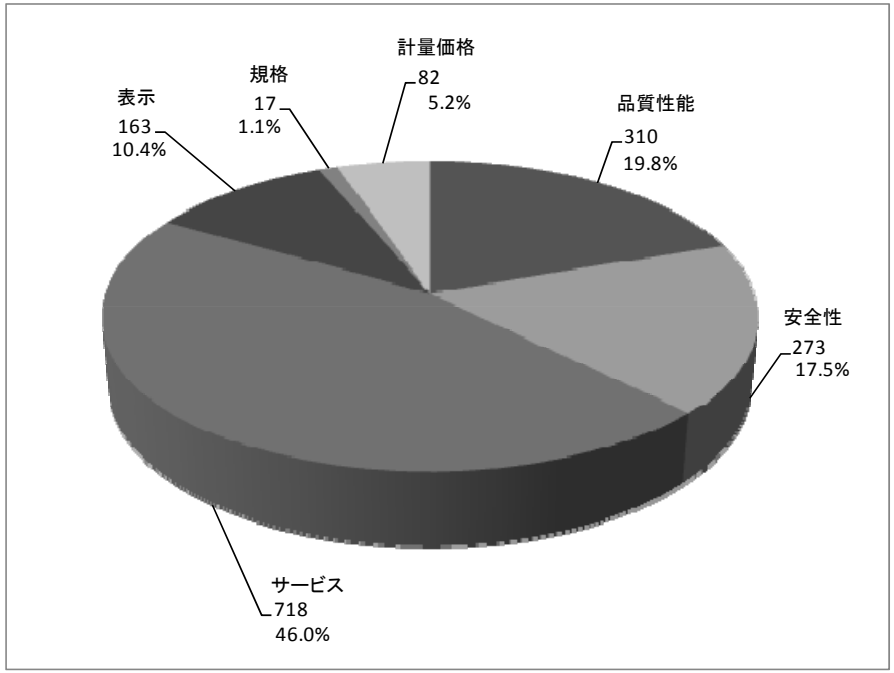
②商品別消費者相談件数の推移



③平成20年度消費者相談事項別処理件数（契約関係）



④平成20年度消費者相談事項別処理件数（製品関係）



問い合わせ先

○経済産業省商務情報政策局消費者相談室

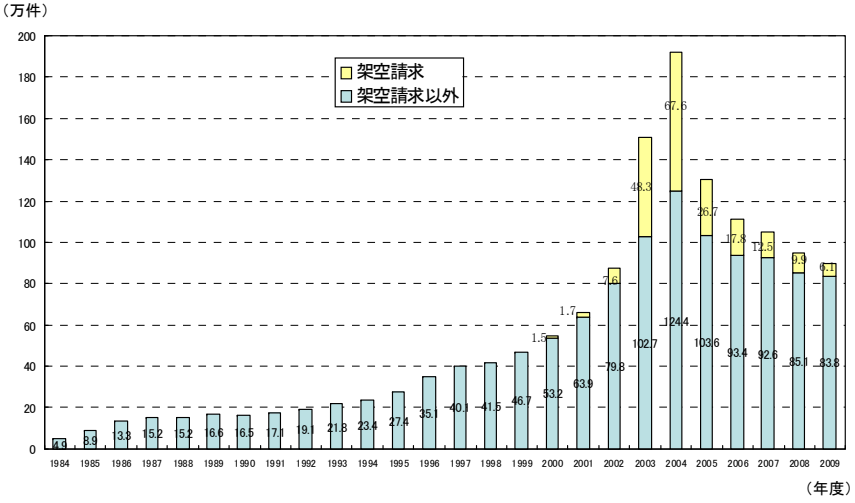
電話　03―3501―4657

●国民生活センター・消費生活センター

国民生活センター及び地方公共団体の消費生活センター等では、一般消費者からの消費生活に関する苦情等を消費生活相談として受付け、情報の提供、助言・あっせん等を行っています。

国民生活センター、及び消費生活センター等が受け付けた消費生活相談を収集しているＰＩＯ－ＮＥＴ（全国消費生活情報ネットワーク・システム）に蓄積されたデータは、個別の消費者苦情の解決のために役立てられるほか、国民生活センターにおいて、警戒を要する販売手口及び問題性の高い商品・役務や社会問題化しつつあるテーマについて分析し、報道機関、地方公共団体などを通じて消費者に情報提供しています。

（参考）グラフ　消費生活相談の年度別総件数の推移



（参考）表　国民生活センターにおける情報提供例（2009年度）

No.	テーマ
1.	製品の不具合が多いハロゲンヒーター
2.	ホクロ取りでの危害－エステや自己処理でやけどや傷－
3.	公道走行できるという四輪バギーの安全性－インターネットで販売されているもの－
4.	犬用リードの強度
5.	女児の目にボタン電池が！－電池のサビ等により入院手術 著しい視力低下－！
6.	歩行補助車(シルバーカー)の安全性
7.	犬・猫用ペットフードの安全性に関する相談
8.	高齢者が狙われている！「掛軸」の電話勧誘にご注意！
9.	自転車の荷台の強度-幼児座席を安全に使用するために-
10.	水槽用ヒーターの空焚きによる火災に注意！
11.	増加する結婚式場・披露宴サービスのトラブル－返還されない申込金、納得できない解約料－
12.	体に良いとうたうゲルマニウム使用のブレスレット
13.	旅行等が安くなるという会員サービスの会費請求
14.	注意！自転車用傘ホルダーに差し込んでいた傘が車輪に巻き込まれ　大けが！
15.	消費者トラブルメール箱１年のまとめ
16.	睡眠時の冷却効果をうたったジェル入りマットーその効果と持続性を調べるー
17.	関東地方に集中！プロパンガス訪問販売のトラブル
18.	個人年金保険の銀行窓口販売に関するトラブル－高齢者を中心に相談が倍増－
19.	強化ガラス製食器の破損事故－強化ガラスの種類によっては破損時に激しく破片が飛ぶこともー
20.	調理器具の安全性その１「電気ミキサー」
21.	調理器具の安全性その２「スライサー」
22.	2008 年度の PIO-NET にみる消費生活相談の概要
23.	2008 年度の危害情報システムにみる危害・危険情報の概要
24.	国民生活センターＡＤＲの実施状況と結果概要について ・年会費が無料となった ETC カードに関する紛争　他１事案
25.	家庭用オゾン発生器の安全性

26.	騙されないで！消費者庁をかたった悪質商法
27.	未公開株のトラブルが再び増加－「劇場型」「被害回復型」など新たな手口が次々登場－
28.	ソーラーシステムの訪問販売のトラブルが増加－「売電収入」や「補助金」の過剰なセールストークに惑わされないでー
29.	金魚の飾りセットに鉛のおもり！－鉛中毒の危険性、小児科医からの警告－
30.	「高齢者被害特別相談（高齢者 110 番）」実施結果
31.	「個人情報相談」に関する相談の概要―法制度の定着等を背景に相談件数は減少傾向に―
32.	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例
33.	製品関連事故に係る消費生活相談の概要と主な訴訟事案
34.	電子レンジやＩＨヒーター等で加熱する湯たんぽの安全性
35.	就活中の大学生はご注意！英会話教室やリクルート講座の強引な勧誘
36.	アフィリエイトやドロップシッピングに関する相談が増加！―「簡単に儲かる！」？インターネットを利用した”手軽な副業”に要注意―
37.	国民生活センターＡＤＲの実施状況と結果概要（平成 21 年 9 月～10 月） ・インターネット通信販売での子犬の引渡しに関する紛争　他７事案
38.	ウイルス対策をうたったマスク　－表示はどこまであてになるの？－
39.	見知らぬ業者からの怪しい社債の勧誘に耳を貸さないで！
40.	「外食」先で提供された食品に係わる事故－事故に遭ったときの対処法などについてー
41.	キャリーバッグでの事故－他人を怪我させてしまうケースもー
42.	名刺広告掲載の電話勧誘トラブル―しつこい勧誘、承諾していないのに請求されることも―
43.	債務整理をするとうたった電話勧誘に注意！
44.	消費者問題に関する 2009 年の 10 大項目
45.	手口が多様化・巧妙化しているワンクリック請求（インターネットをめぐる消費者トラブル#1）
46.	ソフトコンタクトレンズ用消毒剤のアカントアメーバに対する消毒性能―使用実態調査も踏まえて―
47.	「無料」のはずが高額請求、子どもに多いオンラインゲームのトラブル
48.	お菓子にそっくりなせっけん等を誤食
49.	利用の前によく確認を！クレジットカードのリボルビング払い
50.	パチンコ・パチスロ攻略法の取引に注意!
51.	「無料」を強調しながらも有料期間に自動移行する宅配ビデオレンタルのトラブル
52.	がんの摘出手術に必要な血糖コントロールのための入院に対して､がん保険の入院保険金が支払われないトラブル　（国民生活センター消費者苦情処理専門委員会小委員会助言）
53.	国民生活センターＡＤＲの実施状況と結果概要（平成 21 年 10 月～12 月） ・経営関連資格取得用教材の解約　他 12 事案
54.	折りたたみ自転車(スポーツタイプ）のハンドルの固定力不足に注意！―転倒し鎖骨を骨折する重大事故が発生―
55.	まつ毛エクステンションの危害
56.	りんごやみかんの押し売りにご注意！
57.	ジュニア用プールの左右の飾りが絡まり転倒
58.	「国民生活センター土日祝日相談」開始後１ヶ月間の受付状況－2010 年 1 月 16 日（土）～2 月 14 日（日）受付分－
59.	商号変更後・会社解散後も旧社名で社債を発行する業者
60.	「絶対儲かる」「返金保証で安心」とうたう情報商材に注意！
61.	子どもが使用することのあるアクセサリーに関する調査結果－カドミウム、鉛の溶出についてー
62.	スリングや抱っこひもなどの赤ちゃんの子守帯に注意－窒息、軽落、股関節脱臼の危険もー
63.	乗用車用フロアマットのアクセルペダル等への影響に関する調査結果

Ⅻ　危害情報

●危害情報システム

1975年度以降、全国各地の消費生活センターに寄せられた消費生活相談の中から、商品・サービス、設備等により死亡したりけがをした情報（危害情報）と、危害には至っていなくてもそのおそれのある情報（危険情報）を収集し、また医療機関からも危害情報を収集しています（医療機関からの収集は2010年３月末日をもって終了）。

収集した情報は、国民生活センターで分析し、必要に応じて検証試験を実施し、同種事故の未然防止・拡大防止のため、事故原因や注意点等を取りまとめ報道発表を行い、リーフレット「くらしの危険」や国民生活センター出版物に掲載して、全国の消費生活センターや報道機関を通じて一般消費者に注意を呼びかけています。

（１）危害・危険情報収集件数の推移

（件）

年度	消費生活センター				病院		計	対前年度比
	危害	危険	計(A)	対前年度比	危害(B)	対前年度比	A＋B	
1975	292	345	637				637	
1976	528	708	1,236	194.0			1,236	194.0
1977	907	834	1,741	140.9			1,741	140.9
1978	1,009	1,223	2,232	128.2	1,793		4,025	231.2
1979	979	1,200	2,179	97.6	4,253	237.2	6,432	159.8
1980	929	1,318	2,247	103.1	3,198	75.2	5,445	84.7
1981	948	1,850	2,798	124.5	2,877	90.0	5,675	104.2
1982	1,292	1,516	2,808	100.4	3,659	127.2	6,467	114.0
1983	1,115	1,331	2,446	87.1	3,605	98.5	6,051	93.6
1984	1,413	1,294	2,707	110.7	3,022	83.8	5,729	94.7
1985	1,640	1,119	2,759	101.9	2,812	93.1	5,571	97.2
1986	1,567	1,279	2,846	103.2	2,817	100.2	5,663	101.7
1987	1,603	1,111	2,714	95.4	3,271	116.1	5,985	105.7
1988	1,640	1,074	2,714	100.0	3,363	102.8	6,077	101.5
1989	1,650	1,165	2,815	103.7	3,580	106.5	6,395	105.2
1990	1,734	1,196	2,930	104.1	3,252	90.8	6,182	96.7
1991	1,650	1,089	2,739	93.5	3,734	114.8	6,473	104.7
1992	1,834	1,110	2,944	107.5	5,687	152.3	8,631	133.3
1993	2,206	1,725	3,931	133.5	7,786	136.9	11,717	135.8
1994	2,449	2,534	4,983	126.8	8,959	115.1	13,942	119.0
1995	3,934	3,324	7,258	145.7	9,573	106.9	16,831	120.7
1996	4,978	4,009	8,987	123.8	9,516	99.4	18,503	109.9
1997	5,035	2,688	7,723	85.9	9,288	97.6	17,011	91.9
1998	4,889	1,967	6,856	88.8	9,585	103.2	16,441	96.6
1999	5,106	1,936	7,042	102.7	10,155	105.9	17,197	104.6
2000	6,199	3,109	9,308	132.2	9,917	97.7	19,225	111.8
2001	5,670	2,578	8,248	88.6	8,878	89.5	17,126	89.1
2002	7,612	2,588	10,200	123.7	8,739	98.4	18,939	110.6
2003	6,543	2,132	8,675	85.0	8,633	98.8	17,308	91.4
2004	5,848	2,434	8,282	95.5	8,834	102.3	17,116	98.9
2005	6,511	2,819	9,330	112.7	9,208	104.2	18,538	108.3
2006	7,054	3,597	10,651	114.2	8,581	93.2	19,232	103.7
2007	8,545	4,558	13,103	123.0	10,089	117.6	23,192	120.6
2008	8,434	3,974	12,408	94.7	8,260	81.9	20,668	89.1
計	113,743	66,734	180,477		196,924		377,401	

注：消費生活センター(A)は2009年５月末日までの登録分で、2007年度から「経由相談」を除いている。

（２）商品等分類別件数（2008年度）

○消費生活センター

危害・危険 ＼ 商品等分類	危害情報		危険情報	
	件数	割合(%)	件数	割合(%)
食料品	1,902	22.6	405	10.2
住居品	956	11.3	1,556	39.2
光熱水品	25	0.3	67	1.7
被服品	492	5.8	67	1.7
保健衛生品	1,318	15.6	137	3.4
教養娯楽品	399	4.7	443	11.1
車両・乗り物	226	2.7	865	21.8
土地・建物・設備	116	1.4	159	4.0
クリーニング	9	0.1	0	0.0
レンタル・リース・貸借	170	2.0	44	1.1
工事・建築・加工	89	1.1	45	1.1
修理・補修	26	0.3	98	2.5
運輸・通信サービス	54	0.6	13	0.3
教養・娯楽サービス	196	2.3	4	0.1
保健・福祉サービス	1,904	22.6	15	0.4
他のサービス	442	5.2	46	1.2
その他	110	1.3	10	0.3
合計	8,434	100.0	3,974	100.0

注：2009年５月末日までの登録分。
危害情報、危険情報は2007年度から「経由相談」を除いている。

○病院

商品等分類	件数	割合(%)
食料品	326	3.9
住居品	2,643	32.0
光熱水品	46	0.6
被服品	77	0.9
保健衛生品	358	4.3
教養娯楽品	1,301	15.8
車両・乗り物	973	11.8
土地・建物・設備	2,284	27.7
他の商品	246	3.0
サービス	6	0.1
合計	8,260	100.0

注：2008年３月末日までの登録分。

（３）危害・危険発生件数上位５商品（2008年度）

順位	収集先	消費生活センター				病院	
	危害危険	危害		危険		危害	
		商品・役務	件数（割合%）	商品・役務	件数（割合%）	商品・役務	件数（割合%）
1		化粧品類	615（7.3）	自動車	574（14.4）	階段	752（9.1）
2		医療サービス	577（6.8）	ストーブ	285（7.2）	自転車	512（6.2）
3		エステティックサービス	520（6.2）	電子レンジ類	131（3.3）	包丁	382（4.6）
4		健康食品	460（5.5）	テレビ	95（2.4）	机・テーブル類	281（3.4）
5		外食	356（4.2）	菓子類	84（2.1）	遊具	275（3.3）
総計			8,434		3,974		8,260

注：消費生活センターは2009年５月末日までの登録分。
2007年度から「経由相談」を除いている。
病院は2009年３月末日までの登録分。
（危害情報システムからの情報提供例についてはPIO-NETからの情報提供例を参照）

●事故通知件数の年度別推移

［件］

品目名	1994 H06	1995 H07	1996 H08	1997 H09	1998 H10	1999 H11	2000 H12	2001 H13	2002 H14	2003 H15	2004 H16	2005 H17	2006 H18	2007 H19	2008 H20	2009 H21
01.家庭用電気製品	171	344	314	333	303	321	702	763	957	835	1,183	1,076	1,660	2,981	2,701	2,299
	31.0%	32.7%	31.0%	29.4%	29.9%	28.4%	42.8%	41.2%	44.9%	39.3%	43.5%	36.4%	40.6%	40.8%	49.7%	52.6%
02.台所・食卓用品	16	44	31	40	21	19	38	18	18	26	23	24	75	131	149	167
	2.9%	4.2%	3.1%	3.5%	2.1%	1.7%	2.3%	1.0%	0.8%	1.2%	0.8%	0.8%	1.8%	1.8%	2.7%	3.8%
03.燃焼器具	109	215	253	346	334	429	378	567	683	778	800	1,269	1,572	1,994	1,274	884
	19.7%	20.5%	25.0%	30.6%	32.9%	37.9%	23.0%	30.6%	32.0%	36.6%	29.4%	43.0%	38.5%	27.3%	23.4%	20.2%
04.家具・住宅用品	39	64	63	47	30	28	34	67	68	78	77	102	168	307	358	240
	7.1%	6.1%	6.2%	4.2%	3.0%	2.5%	2.1%	3.6%	3.2%	3.7%	2.8%	3.5%	4.1%	4.2%	6.6%	5.5%
05.乗物・乗物用品	80	153	169	172	169	200	215	250	249	188	385	261	248	172	179	199
	14.5%	14.6%	16.7%	15.2%	16.7%	17.7%	13.1%	13.5%	11.7%	8.9%	14.1%	8.8%	6.1%	2.4%	3.3%	4.6%
06.身のまわり品	70	95	65	69	60	56	103	100	88	85	115	103	243	1,299	453	248
	12.7%	9.0%	6.4%	6.1%	5.9%	4.9%	6.3%	5.4%	4.1%	4.0%	4.2%	3.5%	6.0%	17.8%	8.3%	5.7%
07.保健衛生用品	20	22	24	40	24	23	59	34	13	27	51	25	27	132	35	126
	3.6%	2.1%	2.4%	3.5%	2.4%	2.0%	3.6%	1.8%	0.6%	1.3%	1.9%	0.8%	0.7%	1.8%	0.6%	2.9%
08.レジャー用品	20	62	38	47	38	34	40	37	35	42	56	76	45	121	117	86
	3.6%	5.9%	3.8%	4.2%	3.7%	3.0%	2.4%	2.0%	1.6%	2.0%	2.1%	2.6%	1.1%	1.7%	2.2%	2.0%
09.乳幼児用品	13	11	16	11	9	7	27	9	10	50	21	6	21	135	141	83
	2.4%	1.0%	1.6%	1.0%	0.9%	0.6%	1.6%	0.5%	0.5%	2.4%	0.8%	0.2%	0.5%	1.8%	2.6%	1.9%
10.繊維製品	9	22	26	15	8	10	17	5	8	9	7	8	23	21	33	39
	1.6%	2.1%	2.6%	1.3%	0.8%	0.9%	1.0%	0.3%	0.4%	0.4%	0.3%	0.3%	0.6%	0.3%	0.6%	0.9%
11.その他	5	19	14	11	19	5	27	2	3	6	3	2	2	5	0	0
	0.9%	1.8%	1.4%	1.0%	1.9%	0.4%	1.6%	0.1%	0.1%	0.3%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%
合計	552	1,051	1,013	1,131	1,015	1,132	1,640	1,852	2,132	2,124	2,721	2,952	4,084	7,298	5,440	4,371
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

（注）１．（　）内の数字は、各年度の通知件数に占める製品区分毎の割合を百分率で表したものである。
　　２．平成７年度は製造物責任法（ＰＬ法）施行の年であることから、一律に各年度の件数を対比することはできない。

問い合わせ先

○独立行政法人製品評価技術基盤機構
電話　06-6942-1113
ホームページ　http://www.nite.go.jp/
http://www.jiko.nite.go.jp（製品安全・事故情報関係）

●医薬品等安全性情報報告制度

医薬品は、病気の治療に不可欠である反面、予期しない副作用が発現することがあります。市販前に得られる副作用の情報には限りがあり、市販後に多くの患者に使用されてはじめてわかってくる副作用も少なからずあります。

このため、1997年７月より従来のモニター制度を統合・拡大して、全国全ての医療機関及び薬局を対象に医薬品（大衆薬を含む。）又は医療機器の使用の結果見られた副作用、感染症及び不具合情報について、医薬品等との因果関係が明確でないものを含む全ての情報を広く収集してきました。

さらに、2003年７月から薬事法に基づく医薬品・医療機器等安全性情報報告制度として、従来の製薬企業等からの副作用等報告と同様に、医師・薬剤師等医薬関係者からの報告についても義務化され、保健衛生上の危害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、その旨を厚生労働大臣に報告をしなければならないこととされています。

年度	報告件数	
	医薬品	医療機器
平成17年度	3,992	445
平成18年度	3,669	424
平成19年度	3,891	434
平成20年度	3,839	410
平成21年度	3,721	363

問い合わせ先

○厚生労働省医薬食品局安全対策課
電話　03-5253-1111（代）

●家庭用品に係る健康被害病院モニター制度

各種家庭用品の健康被害の実態を把握し、家庭用品安全対策行政を推進するため、大学病院等皮膚科、小児科各々８か所のモニター病院及び(財)日本中毒情報センターから家庭用品に係る健康被害情報の収集を行っています。制度発足（1979年５月）以降、2008年度までに累計31,650件の報告がなされています。

年　度	報告件数計	皮膚科報告件数	小児科報告件数	吸入事故等報告件数
平成11年度	1,546	180	797	569
平成12年度	1,560	225	789	546
平成13年度	1,683	182	886	615
平成14年度	1,525	172	672	681
平成15年度	1,795	194	859	742
平成16年度	1,501	151	626	724
平成17年度	1,693	133	725	835
平成18年度	1,434	60	646	728
平成19年度	1,681	62	777	842
平成20年度	1,565	114	477	974

※1996 年度より(財)日本中毒情報センターから吸入事故等に関する情報を収集。
※2002 年度は、皮膚科は７病院の報告。
※2004 年度は、小児科は７病院の報告。
※2008 年度は、皮膚科は９病院、小児科は７病院の報告。

問い合わせ先

○厚生労働省医薬食品局審査管理課化学物質安全対策室
電話 03-5253-1111（代）

Ⅻ　商品テスト

（１）商品テストの実施（2009年４月から2010年３月までの公表品目）

公表月	品　目
2009 年 4 月	犬用リードの強度
	公道走行できるという四輪バギーの安全性 －インターネットで販売されているもの－
5 月	歩行補助車（シルバーカー）の安全性
6 月	水槽用ヒーターの空焚きによる火災に注意！
	自転車の荷台の強度－幼児座席を安全に使用するために－
	体に良いとうたうゲルマニウム使用のブレスレット
7 月	睡眠時の冷却効果をうたったジェル入りマットーその効果と持続性を調べるー
8 月	調理器具の安全性　その１「電気ミキサー」
	調理器具の安全性　その２「スライサー」
	家庭用オゾン発生器の安全性
11 月	電子レンジや IH ヒーター等で加熱する湯たんぽの安全性
	ウイルス対策をうたったマスクー表示はどこまであてになるの？ー
12 月	ソフトコンタクトレンズ用消毒剤のアカントアメーバに対する消毒性能 －使用実態調査も踏まえてー
2010 年 2 月	折りたたみ自転車（スポーツタイプ）のハンドルの固定力不足に注意！ －転倒し鎖骨を骨折する重大事故が発生－
3 月	子どもが使用することのあるアクセサリーに関する調査結果 －カドミウム、鉛の溶出についてー
	乗用車用フロアマットのアクセルペダル等への影響に関する調査結果

（２）商品テスト実施件数

商品分類	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保　健衛生品	教　養娯楽品	車両・乗り物	土地･建物･設備	計
商品テスト実施件数 (うち消費生活センター等の依頼による件数)	2 (2)	33 (30)	0 (0)	7 (5)	17 (13)	16 (14)	20 (15)	2 (2)	97 (81)

問い合わせ先

○独立行政法人国民生活センター商品テスト部
電話 042-758-3165

XIV　消費者問題年表

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1965年 （昭和40年）	4月　厚生省、食品の赤色１号、赤色101号を使用禁止 5月　厚生省、アンプル入り風邪薬の製造禁止を通達 6月　経企庁、「国民生活局」設置 6月　国民生活議会発足 11月　兵庫県、「神戸生活科学センター」開設	2月　アンプル入り風邪薬を飲んだ者のショック死事件が続発 4月　第２次全国消費者大会開催 11月　第３回全国消費者大会開催
1966年 （昭和41年）	7月　厚生省、不適ヘアスプレー６社に製造停止処分 8月　通産省、ユリア樹脂製食器でJIS以外は販売禁止を勧告 10月　厚生省、プラスチック製食器の新しい衛生基準を告知 11月　国生審、「消費者保護組織及び消費者教育に関する答申」	2月　第１回物価メーデー各地で開かれる 8月　主婦連、ユリア樹脂製食器からホルマリン検出 9月　ビールビンの破裂事件各地で起こる 11月　第４回全国消費者大会開催
1967年 （昭和42年）	1月　厚生省、緑色１号を使用禁止 6月　公取委、レモン飲料７社に排除命令 6月　経企庁、消費生活モニター発足 7月　商品取引所法の一部改正	3月　第５回全国消費者大会開催 5月　ポッカレモン事件、不当表示への批判高まる 11月　第６回全国消費者大会開催
1968年 （昭和43年）	5月　「消費者保護基本法」公布 7月　厚生省、ズルチンの使用全面禁止 8月　第１回消費者保護会議開催 8月　「割賦販売法改正」	9月　地婦連、100円化粧品「ちふれ」発売 11月　九大調査団、カネミライスオイルの毒物混入経路発表 11月　第７回全国消費者大会開催
1969年 （昭和44年）	3月　地方自治法改正（地方公共団体の事務として消費者保護を明示） 6月　運輸省、欠陥車の総合対策を公表 10月　厚生省、チクロ使用禁止を決定	6月　欠陥車問題発生 7月　地婦連、日用品の過大包装調査結果を発表 11月　アメリカ、人口甘味料チクロの使用を禁止 11月　森永ミルク中毒のこどもを守る会全国総会開く
1970年 （昭和45年）	1月　農林省、飼料作物へのBHCとDDTの使用を禁止 2月　通産省、電子レンジの極超短波漏えい調査結果を公表 2月　厚生省、スモン病で初の全国実態調査結果を公表 4月　厚生省、牛乳中のBHC残留量を公表 5月　JAS法改正 9月　厚生省、キノホルムの販売中止措置 10月　国民生活センター発足	1月　消費者５団体、「チクロ追放消費者大会」でチクロ入り食品不買を決定 8月　地婦連、カラーテレビの二重価格調査公表 9月　消費者５団体、カラーテレビ不買運動を決める 11月　日本消費者連盟創立委員会、ブリタニカ商法告発 11月　第９回全国消費者大会開催

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1970年 （昭和45年）	11月　国生審、「消費生活に関する情報の提供および知識の普及に関する答申」 11月　通産省、公取委、カラーテレビの二重価格表示問題について業界に警告	
1971年 （昭和46年）	2月　農林省、野菜、飼料作物への有機塩素系農薬の使用を禁止 5月　農林省、DDTは全面禁止、BHCは林業以外使用禁止 5月　「旅行業法」改正 6月　「宅地建物取引業法」改正 7月　環境庁発足 8月　産構審、「消費者安全対策小委員会」を設置	1月　消費者８団体、全国婦人の集いで化粧品・洗剤など再販商品のボイコットを申し合わせる 2月　家電各社、カラーテレビ値下げ 4月　主婦連、「果実飲料等の表示に関する公正競争規約」に不服申し立て 8月　栄養改善普及会、ユニットプライス運動進める 10月　日本玩具協会、STマークを実施 10月　消火器の訪問販売で問題続出 12月　過剰包装追放運動ひろがる
1972年 （昭和47年）	2月　通産省、PCBの家電製品への使用禁止を業界へ通達 5月　景品表示法改正 6月　「割賦販売法」改正	1月　灘神戸生協、ユニットプライスを実施 4月　全国消団連、「PCB追放大会」開催 7月　SF商法で苦情続出 8月　主婦連、第７回IOCU世界会議で再販廃止決議を提案採決 10月　台風20号でプレハブ住宅の被害続出
1973年 （昭和48年）	2月　国生審、「サービスに関する消費者保護について」答申 3月　公取委、「無果汁の清涼飲料水等についての表示」を指定（告示） 5月　計量法改正 5月　国生審、消費者被害救済の諸制度の検討開始 6月　「消費生活用製品安全法」公布 7月　経企庁物価局発足 10月　「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」公布 10月　公取委、再販許容品目大幅縮小 10月　公取委「商品の原産国に関する不当な表示」を指定（告示） 11月　厚生省、サッカリン使用基準の改正を告示 12月　「生活関連物質等の買占め及び売り惜しみに対する緊急措置に関する法律」改正、「国民生活安定緊急措置法」公布	1月　消費者５団体と消費者連盟、「石油タンパク検討会」で飼料化反対を申合せ 3月　大手商社の買占めに批判高まる 4月　千葉ニッコービフェニール混入事件 6月　全国消団連、PCB汚染魚の追放を水産庁に申し入れ 9月　国立遺伝学研究所の遺伝研究グループ、AF2防腐剤に関する研究結果発表 9月　主婦連、欠陥プレハブ住宅被害者集会開催 11月　各地でトイレットペーパー、洗剤など物不足騒ぎおこる

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1974年 （昭和49年）	2月　経企、厚生、農林、通産４省庁で物価対策本部発足 5月　「神戸市民のくらしをまもる条例」公布 6月　厚生省、塩ビモノマー使用のスプレー式殺虫剤の製造販売中止、回収措置 7月　建設省、BL（ベターリビング）マーク制度を告示 9月　厚生省、AF2を使用禁止 12月　産構審、「マルチ商法、訪問販売など特殊販売について」答申	7月　消費者34団体、AF2を追放する総決起大会開催 9月　奪われたものを取りかえす消費者の会、灯油訴訟提起（11月主婦連、鶴岡生協も続く）
1975年 （昭和50年）	2月　公取委、マルチ商法のホリディマジック社を立入検査 3月　厚生省、歯科医療に関する苦情相談について都道府県へ通知 5月　食品衛生調査会、サッカリンの暫定使用基準を緩和 6月　文部省、学校給食パンに添加のリジンは安全と都道府県に通達 7月　「飼料の安全性の確保及び品質の改善に関する法律」改正 7月　商品取引所法の一部改正 10月　東京都衛研、市販容器から危険濃度をこえる塩ビモノマー検出 12月　科学技術庁、「塩化ビニールに関する特別研究」結果公表	2月　大阪消費者友の会、神戸市消費者協会、「歯の苦情110番」を設置 2月　「マルチ商法被害者対策委員会」を結成 3月　消費者24団体、「公共料金、消費者物価値上げ反対国民中央集会」開催 3月　銀行を告発する会、「銀行被害110番」を開設 6月　消費者21団体、「サッカリン追放連絡会」結成集会開催 7月　消費者団体、「リジン添加阻止全国集会」を開催、文部省に要望書提出 8月　大阪府地域消費者団体連絡会「化粧品110番」を設置
1976年 （昭和51年）	3月　厚生省合同研究班、合成洗剤に「催奇形性なし」と結論 6月　厚生省、「母乳汚染状況調査結果」公表 6月　「訪問販売等に関する法律」公布 6月　７省庁、ネズミ講対策各省連絡会発足 10月　国生審消費者保護部会、「消費者被害の救済について（中間報告）」公表	1月　消費者団体、塩ビ食品容器の不買運動をおこす 1月　アメリカFDA赤色2号の使用中止 7月　東京都衛研、ポリプロピレン製食器からBHT（酸化防止剤）を検出 欠陥住宅問題化 10月　このころからサラ金被害が社会問題化
1977年 （昭和52年）	5月　厚生省、カビ防止剤OPP使用許可 6月　国生審消費者保護部会、「昭和50年代の消費者保護のあり方について（中間とりまとめ）」公表 6月　独禁法改正	5月　消費者団体、第１回OPPボイコット集会開催 7月　化粧品公害被害者の会、損害賠償訴訟をおこす 9月　東京高裁、松下電器ヤミ再販損害賠償請求事件で損害額を認定できる証拠なしとして棄却 11月　消費者団体、円高差益還元を要求

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1978年 （昭和53年）	1月　経企庁、「欧米の消費者被害救済制度」調査報告書公表 2月　経企庁、消費者被害調査結果公表 5月　第１回「消費者の日」 8月　厚生省、食品添加物にTBZを許可 9月　産構審、「耐久消費財の品質保証のあり方について」答申 11月　「無限連鎖講の防止に関する法律」公布	3月　最高裁、ジュース裁判で一般消費者に景表法に基づく不服申立資格なしとして主婦連の上告棄却 9月　照射の粉末野菜を使用したベビーフード市場に出回る 9月　一般消費税に反対運動強まる
1979年 （昭和54年）	4月　通産省、自販機を割賦販売法の指定商品とする 6月　「エネルギーの使用の合理化に関する法律」公布 9月　国生審消費者政策部会、「危害情報の収集・提供システムのあり方」等５件の報告を内容とする意見を公表 10月　薬事法改正、医療品副作用被害救済基金法公布 10月　滋賀県、「琵琶湖の富栄養化の防止に関する条例」公布	3月　原子力発電の安全性に不安高まる 6月　灯油価格の上昇はじまる 10月　金の先物取引で被害続出
1980年 （昭和55年）	2月　厚生省、過酸化水素使用基準の改正を告示 3月　国民生活センター、商品テスト・研修施設開所 4月　住宅性能保証制度発足 4月　公取委「消費者信用の融資費用に関する不当な表示」を指定（告示） 4月　公取委「不動産のおとり広告に関する表示」を指定（告示） 5月　「宅地建物取引業法」及び「積立式宅地建物販売業法」改正 5月　情報提供に関する改善措置等について閣議了解 6月　国生審消費者政策部会、「短期海外研修ツアーの適正化について」報告	2月　子供のためのテレビコマーシャル規制要求高まる 9月　石油ヤミカルテル刑事事件判決（高裁判決）
1981年 （昭和56年）	2月　国民生活センター、商品テスト誌「たしかな目」発刊 4月　第１期消費生活アドバイザー認定・登録 6月　厚生省、プロピレングリコールの使用基準を設定 11月　国生審消費者政策部会、「消費者取引に用いられる約款の適正化について」報告 12月　同部会、「製品関連事故による消	3月　石油ヤミカルテル民事事件判決（鶴岡） 6月　IOCU第10回世界大会をハーグで開催。消費者被害を防ぐ国際監視体制を提言 10月　東京弁護士会、食品安全基本法を提案

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1981年 （昭和56年）	費者被害の救済について」及び「消費者信用情報機関の適正な運営について」報告	
1982年 （昭和57年）	2月　厚生省、ナイロン製の器具・容器包装等４規格を設定（告示） 4月　旅行業法の一部改正（公布） 5月　建設省、宅地建物取引の標準媒介契約約款を制定（告示） 6月　公取委「おとり広告に関する表示」を指定（告示） 7月　「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」（告示） 8月　厚生省、臭素酸カリウムの使用基準等を改正（告示）	2月　日本弁護士連合会「食品衛生法の改正を求める意見書」を厚生省に提出 9月　高松高裁立替金請求控訴事件判決 11月　第21回全国消費者大会
1983年 （昭和58年）	2月　運輸省標準旅行業約款の制定（告示） 3月　厚生省「クリーニング業に関する標準営業約款」の認可 5月　貸金業規制法公布（11月施行） 8月　食品に含まれる添加物78品目の物質名表示の義務付け 12月　国生審消費者政策部会「店舗外における消費者取引の適正化について」報告 12月　商品取引所法の一部改正	4月　IOCU日本国際セミナー開催 5月　東北地方を中心に新型ネズミ講発生 9月　水銀乾電池回収問題発生
1984年 （昭和59年）	3月　国生審消費者政策部会「消費者取引に用いられる約款の適正化について」報告 4月　経企庁「健康食品」の販売等に関する総合実態調査公表 5月　「割賦販売法」改正（12月施行） 7月　福岡県春日市「個人情報保護条例」可決（10月施行） 10月　厚生省「健康食品対策室」発足 10月　厚生省「理容業に関する標準営業約款」及び「美容業に関する標準営業約款」の認可 11月　農水省「消費者の部屋」開設 12月　経企庁「消費者信用適正化研究会」（中間報告）公表 12月　「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」の適用を受ける市場追加の政令改正	2月　「消費者行政サミット」（９大都道府県主催）開催 2月　石油ヤミカルテル刑事事件判決（最高裁） 5月　キャプテンシステム認可（11月実施） 11月　第23回全国消費者大会 11月　OECD「消費者利益と国際貿易に関するシンポジウム」開催 12月　第11回IOCU世界大会で国連消費者保護ガイドラインの採択を要請する決議を採択
1985年 （昭和60年）	3月　石油ヤミカルテル民事事件判決（仙台高裁） 4月　国生審消費者政策部会「情報化時代の消費者政策について」報告	3月　石油ヤミカルテル民事事件判決（仙台高裁） 6月　豊田商事（金の現物まがい取引等）国会で問題化

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1985年 （昭和60年）	5月　通産省「訪問販売トラブル情報提供制度」発足 7月　「市場アクセス改善のためのアクションプログラムの骨格」決定 8月　建設省、中高層分譲共同住宅管理業者登録規程を制定（告示） 9月　運輸省、標準宅配便約款を制定（告示） 11月　経企庁「消費者問題国民会議」開催（名古屋、福岡、仙台、東京（12月）） 12月　運輸省「モデル宿泊約款」の制定	7月　オーストリア産等のワインからジエチレングリコール検出、厚生省販売自粛を要請 7月　EC閣僚理事会製造物責任に関する政令を採択 11月　第24回全国消費者大会
1986年 （昭和61年）	4月　「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」の適用を受ける市場追加の政令改正 5月　「特定商品等の預託等取引契約に関する法律」の制定 5月　「有価証券に係る投資顧問業の規制等に関する法律」の制定 5月　運輸省「標準トランクルームサービス約款」の制定（告示） 9月　国生審「学校における消費者教育について」教育課程審議会に要望 10月　運輸省「標準引越運送・取扱約款」の制定（告示） 11月　経企庁「消費者問題国民会議」開催（札幌、広島、金沢、東京（12月）） 12月　国生審消費者政策部会「消費者信用における金利等の弾力化等について」意見公表 12月　国生審サービス化委員会「新しいサービス取引における消費者保護について」報告 12月　「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」の適用を受ける市場追加の政令改正	3月　海外（金融）先物取引会社の破産、事務所閉鎖相次いで発生 5月　カネミ第２陣控訴審判決（福岡高裁） 6月　生鮮野菜から、食品添加物が検出されたことについて厚生省が添加物の適正使用について指導 10月　一部悪質抵当証券会社の詐欺的商法により被害を受ける購入者が多数発生 11月　第25回全国消費者大会
1987年 （昭和62年）	4月　「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律」改正施行 7月　金融制度調査会消費者信用委員会「消費者信用のあり方について」中間報告 8月　「特定商品等の預託等取引契約に関する法律」の適用を受ける施設利用権として、「語学を習得させるための施設を利用する権利」を追加指定	2月　売上税法案閣議決定 2月　売上税反対集会各地で開催 3月　霊感商法横行 3月　カネミ油症事件原告とPCB製造元の鐘淵化学工業が和解 4月　カネミ油症事件被告の国が原告団の訴訟取り下げに同意手続 5月　売上税廃案 6月　地婦連コメ輸入自由化についてのアンケート結果発表

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1987年 （昭和62年）	9月　「流通食品への毒物の混入等の防止に関する特別措置法」制定 11月　経企庁「消費者問題国民会議」開催（山形、大阪、香川、東京）	9月　IOCU第12回世界大会 11月　第26回全国消費者大会 12月　家庭用洗浄剤混用による死亡事故発生 ・　AT車発信事故多発 ・　アスベスト汚染問題化
1988年 （昭和63年）	1月　厚生省「健康づくりのための運動指導者の知識及び技能の審査証明事業の認定に関する規程」（告示）の制定 5月　第1回「消費者月間」 5月　「無限連鎖講の防止に関する法律」改正 5月　「宅地建物取引業法」改正 5月　「訪問販売等に関する法律」改正 5月　経企庁「消費者問題国民会議」開催（岐阜、福島、熊本、東京） 7月　厚生省「化学的合成品たる食品添加物の食品への食品添加物表示基準」の改正 9月　国生審消費者政策部会「サービス取引における約款の適正化について」及び「消費者取引における個人情報保護の在り方について」、報告 10月　「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」の適用を受ける市場追加の政令改正 11月　厚生省「健康増進施設認定規程」（告示）の制定 11月　「抵当証券業の規制等に関する法律」施行	2月　国債ねずみ講、国会で問題化 3月　水俣病刑事裁判、最高裁で刑事責任確定 6月　牛肉・オレンジ輸入自由化問題決着 7月　消費税反対7.12中央大会 8月　消費者7団体「消費税反対消費者団体懇談会」を結成、消費税反対の共同声明を出す 11月　第27回全国消費者大会 ・　大都市圏の地価高騰問題化
1989年 （平成元年）	2月　通産省「家庭用洗浄剤及び漂白剤等による今後の事故発生防止対策について」を業界に通達 3月　文部省 小学校、中学校、高等学校の学習指導要領改訂（消費者教育の充実） 5月　経企庁「消費者問題国民会議」（千葉、富山、岡山、東京） 8月　通産省「高圧ガス取締法に基づくエアゾール製品の基準」の改正 10月　通産省「家庭用品品質表示法電気機械器具品質表示規程」の改正 11月　厚生省「化学的合成品以外の食品添加物表示基準」の制定 12月　通産省「家庭用品品質表示法雑貨工業品品質表示規程」の改正	4月　消費税導入 5月　原野商法相次いで摘発される 5月　フロン全廃宣言を採択（ヘルシンキ会議） 7月　NTTダイヤルQ2サービス開始 8月　アジア太平洋消費者会議 11月　第28回全国消費者大会

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1989年 （平成元年）	12月　地方消費者行政推進委員会「地方消費者行政の新たな展開」報告	
1990年 （平成2年）	1月　通産省「消費者志向優良企業表彰制度」創設 2月　電気用品安全検討会「電気用品安全確保を図るため早急に取り組むべき安全対策について（中間報告）」公表 5月　経企庁「消費者問題国民会議」（青森、滋賀、高知、東京） 6月　割賦販売審議会前払式取引部会「クレジット産業の今後の在り方について（中間報告）」公表 6月　割賦販売審議会前払式取引部会「前払式取引業の今後の在り方について（中間報告）」公表 6月　「食鳥処理の事業の規制及び食鳥検査に関する法律」公布 6月　商品取引所法の一部改正 10月　大蔵省「前払式証票の規制等に関する法律」施行 11月　通産省「会員権取引に係る訪問販売の適正化について」通達 11月　「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」市場追加の政令改正	1月　カラーテレビの発煙・発火事故相次ぐ 2月　消費者教育支援センター設立 3月　日弁連等「欠陥商品110番」実施 5月　日生協リサイクル・省資源型商品300種の順次発売開始 5月　リゾートクラブ会員権のトラブル増加 7月　IOCU第13回世界大会 8月　輸入レモンからポスト・ハーベスト農薬「2・4-D」（枯葉剤）検出 10月　湾岸情勢の影響で石油製品の値上げ相次ぐ 11月　第29回全国消費者大会 ・　マルチ、マルチまがい商法被害増加 ・　悪質電話勧誘に関する苦情増加
1991年 （平成3年）	5月　経企庁「消費者問題国民会議」（新潟、大分、山梨、東京） 7月　運輸省、消費者行政課を本省に設置 9月　郵政省「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン」公表 10月　国生審消費者政策部会報告「総合的な消費者被害防止・救済の在り方について」（中間報告）公表 10月　消費生活専門相談員資格認定試験実施	4月　牛肉・オレンジ自由化スタート 4月　日弁連と7つの消費者団体「欠陥商品110番」実施 5月　「消費者のための製造物責任法の制定を求める連絡会」結成集会 5月　消費者団体・製造物責任法制定決起集会 11月　第30回全国消費者大会 ・　ダイヤルQ2に多数の苦情 ・　継続的役務取引のトラブル増加
1992年 （平成4年）	5月　経企庁「消費者問題国民会議」（神奈川、兵庫、山口、東京） 6月　「ゴルフ場等に係る会員権契約に関する法律」公布 10月　国生審消費者政策部会報告「総合的な消費者被害防止・救済の在り方について」公表 11月　国生審「ゆとり、安心、多様性の	5月　「全国ダイヤルQ2消費者問題連絡会」結成 6月　地球サミット開催（ブラジル） 10月　カード破産を主とする個人の自己破産急増と最高裁発表 11月　第31回全国消費者大会

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1992年 （平成４年）	ある国民生活を実現するための基本的な方策に関する答申」提出	
1993年 （平成5年）	４月　公取委、再販指定商品の縮小 ４月　公取委「おとり広告に関する表示」告示の変更 ５月　経企庁「消費者問題国民会議」（岩手、静岡、愛媛、東京） ６月　通産省「継続的役務取引適正化研究会」報告書公表 ６月　農水省「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」改正 ７月　郵政省「電気通信利用者相談室」設置 10月　中央薬事審議会製造物責任制定等特別部会報告公表 11月　厚生省「食品の日付表示に関する検討会」報告公表 11月　農水省「食品表示問題懇談会」報告公表 11月　食品に係る消費者被害防止・救済対策研究会報告公表 11月　産構審総合製品安全部会答申「事故防止及び被害救済のための総合的な製品安全対策の在り方について」 12月　国生審消費者政策部会報告「製造物責任制度を中心とした総合的な消費者被害防止・救済の在り方について」公表 12月　国生審「製造物責任制度を中心とした総合的な消費者被害防止・救済の在り方について（意見）」提出	２月　消費者のための製造物責任法の制定を求める連絡会が各地で「欠陥商品110番」を実施 ４月　EC閣僚理事会「消費者契約における不公正条項に関する指令」を採択 ７月　製造物責任法制定を求める消費者の請願署名全国で245万人を超える ９月　抗ウイルス剤「ソリブジン」抗ガン剤との相互作用による死亡事故続発 11月　記録的な冷夏、コメ不足でコメを緊急輸入 11月　経済改革研究会中間報告「規制緩和について」提出 11月　第32回全国消費者大会 12月　ガットウルグアイラウンドでコメ部分開放の受け入れ決定 ・　マルチ、マルチまがい商法被害増加続く
1994年 （平成６年）	１月　法制審民法部会審議結果公表 ２月　法制審総会で民法部会審議結果を了承 ５月　経企庁「消費者問題国民会議」（栃木、奈良、宮崎、東京） ６月　「不動産特定共同事業法」公布 ７月　「製造物責任法」公布 ７月　運輸省「道路運送車両法」を改正しリコールを法制化 11月　国生審消費者政策部会消費者行政問題検討委員会「今後の消費者行政の在り方について」報告 12月　厚生省「食品衛生法施行規則」等の改正	２月　国産米品薄で価格が急騰 ３月　カラーテレビの発火事故で大阪地裁においてメーカー敗訴 ８月　IOCU国際消費者法セミナー開催 ９月　第14回IOCU世界大会、名前をCIに変更 11月　第33回全国消費者大会 ・　「価格破壊」進む

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1994年 （平成６年）	12月　農水省JAS法に基づく日本農林規格及び品質表示基準（告示）の改正	
1995年 （平成７年）	２月　経企庁「兵庫県南部地震関連生活問題110番」設置 ３月　総理府「消費者問題に関する世論調査」公表 ４月　食品の日付表示を期限表示に一本化 ５月　経企庁「消費者問題国民会議」（秋田、三重、島根、東京） ５月　改正旅行業法公布 ５月　食品衛生法及び栄養改善法改正 ６月　改正保険業法公布 ７月　製造物責任施行法 11月　食糧法施行、コメの流通規制の緩和 12月　産構審消費経済部会答申「電話勧誘等による販売及び連鎖販売取引の適正化のための方策の在り方」	１月　阪神・淡路大震災で住宅関連の消費生活相談急増、また、便乗悪質商法急増 ３月　「規制緩和推進計画」決定 ９月　水俣病被害者組織５団体、政府の示した最終解決案を受け入れ 11月　第34回全国消費者大会 11月　HIV訴訟、和解勧告が出される ・　悪質な電話勧誘に関する苦情急増続く ・　悪質な電話勧誘による資格商法に対する取締りを強化
1996年 （平成８年）	４月　改正保険業法施行 ４月　改正旅行業法施行 ４月　公取委、景品規則に関する告示等の改正 ５月　経企庁「消費者問題国民会議」開催（埼玉、名古屋、長崎、東京） ５月　改正訪問販売法公布 ５月　栄養表示基準制度施行 ７月　「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」の適用を受ける市場追加の政令改正 ８月　O－157関係閣僚会議設置 ９月　青果物５品目に対し原産地表示を義務づけ ９月　郵政省「放送における視聴者の加入者個人情報の保護に関するガイドライン」公表 11月　行政情報公開部会報告 11月　改正訪問販売法施行 11月　郵政省「発信者情報通知サービスの利用における発信者個人情報の保護に関するガイドライン」公表 12月　国民生活審議会消費者政策部会「消費者取引の適正化に向けて」報告	２月　欧州で狂牛病発生 ７月　病原性大腸菌O－157による食中毒続出 11月　第35回全国消費者大会 ・　利殖に係る預り金を名目とした広域詐欺事件の発覚と検挙

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1996年 （平成８年）	12月　規制緩和小委員会「創意で造る新たな日本」報告 12月　郵政省「電気通信における利用環境整備に関する研究会」報告書公表	
1997年 （平成９年）	４月　公取委、再販指定商品（化粧品、一般用医療品）の指定取消 ４月　国民生活センター、朝日ソーラーを実名公表 ５月　経企庁「消費者問題国民会議」開催（徳島、福井、茨城、東京） ６月　公取委、報告書「有料老人ホームにおける消費者取引の適正化について」を公表 ７月　「特定商品等の預託等取引契約に関する法律」の施行令一部改正 ７月　郵政省「電気通信利用環境整備室」設置 ９月　法務省成年後見問題研究会報告公表 11月　第30回消費者保護会議 12月　行政改革会議最終報告公表	１月　発信電話番号通知サービスの試験サービス開始 ・　多重債務者を狙った手形に係る広域詐欺事件の発覚と検挙 ６月　米国でタバコ訴訟和解成立 11月　第36回全国消費者大会 ・　遺伝子組換食品に対して消費者から表示の要求高まる ・　預託商法の被害急増
1998年 （平成10年）	１月　改正民事訴訟法施行 １月　国民生活審議会消費者政策部会中間報告公表 ３月　規制緩和推進３か年計画閣議決定 ４月　法務省「成年後見制度の改正に関する要綱試案」公表 ４月　商品取引所法の一部改正 ５月　経企庁「消費者問題国民会議」（東京、千葉、和歌山、鳥取） ６月　厚生省「有料老人ホーム等のあり方に関する検討会」報告書公表 ６月　高度情報通信社会推進本部電子商取引等検討部会「電子商取引等の推進に向けた日本の取組み」報告書公表 10月　農水省「食品等の表示・規格制度の見直しについて」報告書公表 10月　郵政省「電気通信サービスにおけるプライバシー保護に関する研究会」報告書公表 11月　農水省「有機食品の検査・認証制度導入について」報告書公表 12月　国民生活センター「全国消費者フォーラム」開催	２月　発信者情報通知サービス開始 ５月　タバコ訴訟、JTと国に7,000万円損害賠償請求 ６月　仏ワールドカップ、入場券不足問題 ６月　カップ麺の環境ホルモン溶出論争 ８月　医師への損害賠償訴訟提訴、97年596件へ急増（５年前の約６割増） 10月　OECD電子商取引閣僚級会合で「プライバシー保護」等を決定 11月　米国、タバコ訴訟25兆円で和解 11月　第37回全国消費者大会開催

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1998年 （平成10年）	12月　第31回消費者保護会議 12月　文部省 小学校、中学校の学習指導要領改訂（消費者教育の充実） 12月　郵政省「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン」の改訂・告示	
1999年 （平成11年）	１月　国民生活審議会消費者政策部会報告公表 ２月　産業構造審議会 ２月　消費経済部会提言公表 ２月　割賦販売審議会クレジット産業部会中間報告公表 ３月　規制緩和推進３か年計画（改定）閣議決定 ３月　消費者政策国際会議 ３月　文部省 高等学校の学習指導要領改訂（消費者教育の充実） ４月　訪問販売法及び割賦販売法一部改正公布 ５月　経企庁「消費者問題国民会議」開催（東京、京都、佐賀、群馬） ６月　住宅品質確保促進法公布 ６月　国民生活センター「多重債務者問題に関する調査報告書」公表 ７月　改正JAS法公布 ７月　ダイオキシン対策法公布 ７月　大蔵省・通産省個人信用情報保護・利用の在り方に関する作業部会「個人信用情報保護・利用の在り方に関する論点・意見の中間的な整理」公表 ８月　不正アクセス禁止法公布 ８月　農林水産省「食品表示問題懇談会遺伝子組換え食品部会」報告 ８月　「消費生活用製品安全法」、「液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律」、「電気用品取締法」及び「ガス事業法」一部改正公布 10月　改正訪問販売法及改正割賦販売法施行 11月　高度情報通信社会推進本部「我が国における個人情報保護システムの在り方について（中間報告）」発表 12月　改正民法等４法公布 12月　第32回消費者保護会議 12月　改正貸金業規制法、出資法、利息	１月　日本医師会、カルテ原則公開の指針 ５月　遺伝子組換えトウモロコシの花粉が周辺のチョウに被害を及ぼす恐れを指摘した論文が英科学誌「ネイチャー」に掲載 ６月　PL訴訟におけるはじめての肯定判決（名古屋地裁） ６月　消費者向け相談窓口を設置することや化学物質の放出に基準を設置すること等を内容とする優良住宅（BL）部品認定制度の改定 ９月　クローン牛肉試験販売スタート ９月　病原性大腸菌O-157集団食中毒で堺市への4500万円賠償で結審（大阪地裁） 10月　高利貸金業の「商工ローン」問題国会で審議 11月　第38回全国消費者大会開催 ・　消費者被害の救済に役立つ消費者契約法の制定を求める特別決議 ・　東海村臨界事故についての特別決議 12月　コンピューター2000年問題への対応 12月　和服モニターの高額商品購入問題多発 12月　（社）日本玩具協会が塩化ビニール使用を含むおもちゃ素材表示の自主基準作成 12月　OECD消費政策部会電子商取引ガイドライン公表 ・　生命保険の転換問題 ・　電気通信業者や自治体等個人情報漏洩事件多発 ・　コンピュータウイルス被害急増：99年に過去最悪の3,645件

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
1999年 （平成11年）	制限法公布 12月　国民生活審議会消費者政策部会報告公表 12月　金融審議会第一部会「中間整理（第二次）」公表 12月　厚生省「いわゆる栄養補助食品の取扱いに関する検討会」中間報告書公表 12月　良質な賃貸住宅等の供給の促進に関する特別措置法（改正借地借家法を含む）公布	
2000年 （平成12年）	１月　厚生省食品衛生調査会バイオテクノロジー特別部会報告「組換えDNA技術応用食品･食品添加物の安全性審査の法的義務化」公表 ２月　不正アクセス禁止法施行（一部を除く） ３月　良質な賃貸住宅等の供給の促進に関する特別措置法（改正借地借家法を含む）施行 ３月　東アジア消費者政策シンポジウム ３月　CODEXバイオテクノロジー応用食品特別部会第１回会議 ３月　国民生活センター「金融商品に係る消費者トラブル問題調査報告書」公表 ３月　規制緩和推進3か年計画（再改定）閣議決定 ３月　文部省・厚生省・農林水産省「食生活指針」を策定「食生活指針の推進について」閣議決定 ４月　住宅品質確保促進法施行 ４月　介護保険法施行 ４月　改正民法等施行 ５月　遺伝子組換え食品の安全性審査義務化に関する告示公布 ６月　公取委「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」を公表 10月　改正「消費生活用製品安全法」、「液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律」及び「ガス事業法」施行	３月　コーデックス食品規格委員会の「バイオテクノロジー応用食品特別部会」が遺伝子組換え食品などの安全性評価についての指針等を検討 ３月　「ココ山岡宝飾店」のダイヤモンド買戻し商法に伴う訴訟で原告・被告双方が未払い代金を免除する和解案により合意 ３月　弁護士広告原則解禁決定（10月から実施） ６月　雪印乳業食中毒事故発生：有症者数14,849名（９月８日現在） 11月　第39回全国消費者大会開催
2001年 （平成13年）	３月　規制改革推進３か年計画　閣議決定 ４月　金融商品の販売等に関する法律施行 ４月　消費者契約法施行	９月　国内で初めて牛海綿状脳症にり患した牛を確認 11月　第40回全国消費者大会開催

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
2001年 （平成13年）	４月　「電気用品安全法」施行（「電気用品取締法」より題名改正） ４月　特定家庭用機器再商品化法（家電リサイクル法）施行 ６月　改正倉庫業法施行 ６月　改正訪問販売法（「特定商取引に関する法律」と改称）及び割賦販売法施行 ８月　マンション管理の適正化の推進に関する法律施行 10月　すべての食用牛を対象とした異常プリオン（牛海綿状脳症）検査の開始 10月　牛の特定危険部位（脳、目、せき髄、回腸遠位部）の除去焼却義務化に関する省令の施行 12月　電子消費者契約法施行	
2002年 （平成14年）	３月　電子商取引等に関する準則を策定 ３月　規制改革推進３か年計画（改定）閣議決定 ６月　ＪＡＳ法改正 ６月　ＢＳＥ対策特別措置法公布 12月　農薬取締法改正 12月　食品の表示に関する共同会議開催 12月　国民生活審議会消費者政策部会自主行動基準検討委員会報告公表	11月　第41回全国消費者大会開催 ・　食品偽装表示事件の多発
2003年 （平成15年）	３月　規制改革推進３か年計画（再改定）　閣議決定 ４月　死亡牛全頭のＢＳＥ検査を開始 ５月　国民生活審議会消費者政策部会報告公表 ５月　国民生活審議会消費者政策部会公益通報者保護制度検討委員会報告公表 ５月　個人情報の保護に関する法律成立・公布 ５月　食品安全基本法施行、食品安全委員会設置 ６月　食品安全関連５法成立 ６月　食の安全・安心のための政策大綱を公表 ７月　加工食品に係る期限表示用語の統一 11月　改正「景品表示法」施行（不実証広告規制の導入等）	11月　第42回全国消費者大会開催 11月　コイウイルスヘルペス病の発生 12月　米国でＢＳＥ感染牛を確認。これに伴い、同国からの牛肉等の輸入を停止

年／項目	消費者行政等	消費者問題等
2003年 （平成15年）	12月　生産情報公表ＪＡＳ規格（牛肉）の施行	
2004年 （平成16年）	１月　「食品安全基本法第21条第１項に規定する基本的事項」　閣議決定 ３月　規制改革・民間開放推進３か年計画　閣議決定 ４月　個人情報の保護に関する基本方針閣議決定 ４月　公取委「有料老人ホーム等に関する不当な表示」を指定(告示) ５月　消費者基本法成立 ６月　消費者基本法公布・施行 ６月　公益通報者保護法成立・公布 ９月　第１回消費者政策会議 11月　厚生労働省「めん類飲食店営業に関する標準営業約款」及び「一般飲食店営業に関する標準営業約款」の認可	１月　国内において高病原性鳥インフルエンザが発生 11月　第43回全国消費者大会開催 ・　振り込め詐欺被害の多発 ・　偽造・盗難キャッシュカードによる被害の急増
2005年 （平成17年）	３月　規制改革・民間開放推進３か年計画（改定）　閣議決定 ４月　「消費者基本計画」　閣議決定 ４月　個人情報の保護に関する法律施行（個人情報取扱事業者の義務規定） ４月　改正独占禁止法成立 ５月　改正保険業法公布 ６月　国民生活審議会消費者政策部会消費者団体訴訟制度検討委員会報告公表 ６月　食育基本法成立 ６月　ＪＡＳ法改正	11月　耐震偽装問題 11月　第44回全国消費者大会開催 ・　多重債務問題の深刻化
2006年 （平成18年）	２月　預貯金者保護法施行 ７月　消費者政策会議「消費者基本計画」の検証・評価・監視の取りまとめ 12月　改正貸金業規正法、出資法、利息制限法成立 12月　犯罪被害財産等による被害回復給付金の支給に関する法律施行（被害回復給付金支給制度開始）	６月　シンドラー社エレベーター事故 11月　第45回全国消費者大会開催 ・　湯沸器の不正改造による一酸化炭素中毒死亡事故の顕在化
2007年 （平成19年）	３月　犯罪収益移転防止法成立 ５月　改正消費生活用製品安全法施行 ６月　改正消費者契約法施行（消費者団体訴訟制度開始） ７月　消費者政策会議「消費者基本計画」の検証・評価・監視の取りまとめ ９月　金融商品取引法施行 11月　消費生活用製品安全法改正 12月　改正電気用品安全法施行	６月　ＮＯＶＡ事件 10月　Ｌ＆Ｇ（円天）事件 11月　第46回全国消費者大会開催 ・　ミートホープ事件等の食品偽装表示事件の発覚 ・　こんにゃくゼリーによる窒息死事故の顕在化
2008年 （平成20年）	２月　第１回消費者行政推進会議 ３月　文部科学省 小学校、中学校の学習指導要領改訂（消費者教育の充実） ４月　改正消費者契約法、改正景品表示法、改正特定商取引法成立（差止訴訟の対象拡大） ６月　振り込め詐欺救済法施行 ６月　消費者行政推進基本計画　閣議決定 ７月　消費者政策会議「消費者基本計画」の検証・評価・監視の取りまとめ 12月　特定電子メールの送信の適正化等に関する法律改正法施行	１月　中国冷凍ギョウザ問題 ９月　事故米穀不正規流通問題 11月　第47回全国消費者大会開催
2009年 （平成21年）	３月　文部科学省 高等学校の学習指導要領改訂（消費者教育の充実） ４月　ＪＡＳ法改正 ４月　米トレーサビリティー法公布 ５月　消費者庁関連３法成立 ６月　改正独占禁止法成立 ７月　商品取引所法等改正法成立 ９月　消費者庁及び消費者委員会設置 10月　住宅瑕疵担保履行法完全施行	11月　第48回全国消費者大会開催 ・　新型インフルエンザの流行
2010年 （平成22年）	２月　「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」策定 ３月　「消費者基本計画」　閣議決定 ３月　「消費者安全の確保に関する基本的な方針」　内閣総理大臣決定 ６月　改正貸金業規正法、出資法、利息制限法完全施行	４月　口蹄疫の発生

参　考

１．消費者政策担当部局

国の消費者政策担当課室

消費者庁	総務課 政策調整課 企画課 消費者情報課 地方協力課 消費者安全課 取引・物価対策課 表示対策課 食品表示課	千代田区永田町2-11-1 山王パークタワー6階	〒100-6178	03-3507-8800
	消費者ホットライン	０５７０－０６４－３７０ （ゼロ・ゴー・ナナ・ゼロ　守ろうよ、みんなを）		
内閣官房	副長官補付	千代田区永田町1-6-1	〒100-8968	03-5253-2111
内閣府	大臣官房企画調整課	千代田区永田町1-6-1	〒100-8914	03-5253-2111
	食品安全委員会事務局 食の安全ダイヤル	港区赤坂5-2-20 赤坂パークビル22階	〒107-6122	03-6234-1177
公正取引委員会	官房総務課	千代田区霞が関1-1-1	〒100-8987	03-3581-5471
金融庁	総務企画局政策課	千代田区霞が関3-2-1	〒100-8967	03-3506-6000
警察庁	生活安全局生活経済対策管理官	千代田区霞が関2-1-2	〒100-8974	03-3581-0141
総務省	大臣官房企画課	千代田区霞が関2-1-2	〒100-8926	03-5253-5111
	電気通信消費者相談センター	千代田区霞が関2-1-2	〒100-8926	03-5253-5900
法務省	大臣官房秘書課	千代田区霞が関1-1-1	〒100-8977	03-3580-4111
外務省	経済局政策課	千代田区霞が関2-2-1	〒100-8919	03-3580-3311
財務省	大臣官房総合政策課	千代田区霞が関3-1-1	〒100-8940	03-3581-4111
文部科学省	生涯学習政策局男女共同参画学習課	千代田区霞が関3-2-2	〒100-8959	03-5253-4111
厚生労働省	政策統括官社会保障担当参事官室	千代田区霞が関1-2-2	〒100-8916	03-5253-1111
農林水産省	消費・安全局消費・安全政策課	千代田区霞が関1-2-1	〒100-8950	03-3502-8111
	消費・安全局消費者情報官「消費者の部屋」	相談電話　03-3591-6529 子ども相談電話　03-5512-1115		
経済産業省	商務情報政策局消費経済部消費経済政策課	千代田区霞が関1-3-1	〒100-8901	03-3501-1511
国土交通省	総合政策局政策課	千代田区霞が関2-1-3	〒100-8918	03-5253-8111
環境省	総合環境政策局総務課	千代田区霞が関1-2-2	〒100-8975	03-3581-3351
防衛省	大臣官房文書課	新宿区市谷本村町5-1	〒162-8801	03-3268-3111

国の消費者政策担当課室（管理別）

北海道に在住の方……

公正取引委員会事務総局 北海道事務所総務課	〒060-0042	札幌市中央区大通西12丁目 札幌第三合同庁舎	011-231-6300
独立行政法人農林水産消費安全技術センター　札幌センター	〒001-0010	札幌市北区北十条西4-1-13 道新北ビル	011-738-2550
北海道経済産業局地域振興グループ消費経済課	〒060-0808	札幌市北区北8条西2丁目1-1	011-709-1792
北海道運輸局総務部総務課	〒060-0042	札幌市中央区大通西10丁目 札幌第二合同庁舎	011-290-2711
北海道総合通信局総合通信相談所	〒060-8795	札幌市北区北八条西2丁目1-1　札幌第一合同庁舎	011-709-3550
北海道農政事務所　消費生活課	〒060-0004	札幌市中央区北4条西17丁目19-6	011-642-5474

東北地方に在住の方……

公正取引委員会事務総局東北事務所総務課	〒980-0014	仙台市青葉区本町3-2-23 仙台第二合同庁舎	022-225-7095
独立行政法人農林水産消費安全技術センター　仙台センター	〒983-0842	仙台市宮城野区五輪1-3-15仙台第三合同庁舎	022-298-9450
東北農政局消費・安全部 消費生活課	〒980-0014	仙台市青葉区本町3-3-1 仙台合同庁舎	022-263-1111 （内線4315）
東北経済産業局産業部消費経済課	〒980-8403	仙台市青葉区本町3-3-1	022-215-9887
東北運輸局総務部総務課 （秋田、山形除く）	〒983-8537	仙台市宮城野区鉄砲町1番地　仙台第四合同庁舎	022-299-8851
東北総合通信局総合通信相談所	〒980-8795	仙台市青葉区本町3-2-23 仙台第二合同庁舎	022-221-0610
青森農政事務所消費生活課	〒030-0802	青森市本町2-10-4	017-775-2154
岩手農政事務所消費生活課	〒020-0013	盛岡市愛宕町13-33	019-624-1125
秋田農政事務所消費生活課	〒010-0951	秋田市山王7-1-5	018-862-5614
山形農政事務所消費生活課	〒990-0023	山形市松波1-3-7	023-622-7233
福島農政事務所消費生活課	〒960-8107	福島市浜田町1-9	024-534-4151

関東・甲信越地方に在住の方……

公正取引委員会事務総局官房総務課	〒100-8987	千代田区霞が関1-1-1 中央合同庁舎第6号館B棟	03-3581-5471
関東農政局消費・安全部　消費生活課（静岡県を含む）	〒330-9722	埼玉県さいたま市中央区新都心2-1 さいたま新都心合同庁舎2号館	048-740-0358
独立行政法人農林水産消費安全技術センター 本部	〒330-9731	さいたま市中央区新都心2-1さいたま新都心合同庁舎検査棟	048-600-2381

独立行政法人農林水産消費安全技術センター 横浜センター(静岡県を含む)	〒231-0003	横浜市中区北仲通5-57 横浜第2合同庁舎	045-224-4250
関東経済産業局産業振興部消費経済課(静岡県を含む)	〒330-9715	埼玉県さいたま市上落合2-11 さいたま新都心合同庁舎1号館	048-600-0402
関東運輸局総務部総務課	〒231-8433	横浜市中区北仲通5-57 横浜第2合同庁舎	045-211-7204
新潟運輸局総務部総務課(秋田、山形含む)	〒950-8537	新潟市万代2-2-1	025-244-6111
関東総合通信局総合通信相談所	〒100-8795	千代田区丸の内1-6-1	03-5220-5679
信越総合通信局総合通信相談所	〒380-8795	長野市旭町1108長野第一合同庁舎	026-234-9961
茨城農政事務所消費生活課	〒310-0061	水戸市北見町1-9	029-221-2185
栃木農政事務所消費生活課	〒320-0806	宇都宮市中央2-1-16	028-633-3114
群馬農政事務所消費生活課	〒371-0025	前橋市紅雲町1-2-2	027-221-1182
千葉農政事務所消費生活課	〒260-0014	千葉市中央区本千葉町10-18	043-221-0830
東京農政事務所消費生活課	〒100-0004	千代田区大手町1-3-3大手町合同庁舎第三号館	03-3214-7315
神奈川農政事務所消費生活課	〒231-0003	横浜市中区北仲通5-57横浜第二合同庁舎	045-201-1630
山梨農政事務所消費生活課	〒400-0031	甲府市丸の内3-5-9	055-226-6611
長野農政事務所消費生活課	〒380-0846	長野市旭町1108長野第二合同庁舎	026-233-2991
新潟農政事務所消費生活課	〒951-8035	新潟市中央区船場町2-3435-1	025-228-5212

東海・北陸地方に在住の方……

公正取引委員会事務総局中部事務所総務課（福井県を除く）	〒460-0001	名古屋市中区三の丸2-5-1 名古屋合同庁舎第2号館	052-961-9421
東海農政局消費・安全部　消費生活課(静岡県を除く)	〒460-8516	名古屋市中区三の丸1-2-2	052-223-4651
北陸農政局消費・安全部　消費生活課	〒920-8566	金沢市広坂2-2-60金沢広坂合同庁舎	076-232-0206
独立行政法人農林水産消費安全技術センター 名古屋センター(静岡県を除く)	〒460-0001	名古屋市中区三の丸1-2-2 名古屋農林総合庁舎2号館	052-229-1063
中部経済産業局産業振興部消費経済課(静岡県・福井県を除く)	〒460-8510	名古屋市中区三の丸2-5-2	052-951-2560
中部運輸局総務部総務課	〒460-8528	名古屋市中区三の丸2-2-1 名古屋合同庁舎第1号館	052-952-8002
東海総合通信局総合通信相談所	〒461-8795	名古屋市東区白壁1-15-1 名古屋合同庁舎第3号館	052-971-9104

北陸総合通信局総合通信相談所	〒920-8795	金沢市広坂2-2-60金沢広坂合同庁舎	076-233-4405
静岡農政事務所消費生活課	〒420-8618	静岡市葵区東草深町7-18	054-246-6959
富山農政事務所消費生活課	〒930-0856	富山市牛島新町11-7富山合同庁舎	076-441-9309
福井農政事務所消費生活課	〒918-8555	福井市つくも2-11-21	0776-36-1791
岐阜農政事務所消費生活課	〒500-8288	岐阜市中鶉2-26	058-271-4045 (内327)
三重農政事務所消費生活課	〒514-0006	津市広明町415-1	059-228-3153

近畿地方に在住の方……

公正取引委員会事務総局近畿中国四国事務所総務課（福井県を含む）	〒540-0008	大阪市中央区大手前4-1-76大阪合同庁舎第4号館	06-6941-2173
近畿農政局消費・安全部消費生活課	〒602-8054	京都市上京区西洞院通り下長者町下ル丁子風呂町	075-414-9761
独立行政法人農林水産消費安全技術センター神戸センター	〒650-0047	神戸市中央区港島南町1-3-7	078-304-7422
近畿経済産業局産業振興部消費経済課	〒540-8535	大阪市中央区大手前1丁目5-44	06-6966-6000
近畿運輸局総務部総務課	〒540-8558	大阪市中央区大手前4-1-76 大阪合同庁舎第4号館	06-6943-9511
神戸海運監理部総務部総務課	〒650-0042	神戸市中央区波止場町1-1 神戸第二地方合同庁舎	078-321-3141
近畿総合通信局総合通信相談所	〒540-8795	大阪市中央区大手前1-5-44 大阪合同庁舎第1号館	06-6942-8502
滋賀農政事務所消費生活課	〒520-0806	大津市打出浜3-49	077-522-4261
大阪農政事務所消費生活課	〒540-0008	大阪市中央区大手前1-5-44 大阪合同庁舎1号館	06-6943-9691
兵庫農政事務所消費生活課	〒650-0024	神戸市中央区海岸通29 神戸地方合同庁舎	078-331-9942
奈良農政事務所消費生活課	〒630-8307	奈良市西紀寺町13	0742-23-1283
和歌山農政事務所消費生活課	〒640-8143	和歌山市二番丁2 和歌山地方合同庁舎	073-436-3853

中国・四国地方に在住の方……

公正取引委員会事務総局近畿中国四国事務所中国支所総務課	〒730-0012	広島市中区上八丁堀6-30 広島合同庁舎第4号館	082-228-1501
公正取引委員会事務総局近畿中国四国事務所四国支所総務課	〒760-0068	高松市松島町1-17-33 高松第二地方合同庁舎	087-834-1441
中国四国農政局消費・安全部消費生活課	〒700-8532	岡山市北区下石井1-4-1 岡山第2合同庁舎	086-224-9428

独立行政法人農林水産消費安全技術センター神戸センター(山口県を除く)	〒650-0047	神戸市中央区港島南町1-3-7	078-304-7422
中国経済産業局産業部消費経済課	〒730-8531	広島市中区上八丁堀6-30	082-224-5671
四国経済産業局産業部消費経済課	〒760-8512	高松市番町1-10-6	087-831-3141
中国運輸局総務部総務課	〒730-0012	広島市中区上八丁堀6-30 広島合同庁舎4号館	082-228-3434
四国運輸局総務部総務課	〒760-0068	高松市松島町1-17-33 高松第二地方合同庁舎	087-835-6351
中国総合通信局総合通信相談所	〒730-8795	広島市中区東白島町19-36	082-222-3314
四国総合通信局総合通信相談所	〒790-8795	松山市宮田町8-5	089-921-9009
鳥取農政事務所消費生活課	〒680-0845	鳥取市富安2-89-4 鳥取第一地方合同庁舎	0857-22-3168
島根農政事務所消費生活課	〒690-0001	松江市東朝日町192	0852-24-7311
広島農政事務所消費生活課	〒730-0012	広島市中区上八丁堀6-30 広島合同庁舎2号館	082-228-9629
山口農政事務所消費生活課	〒753-0042	山口市惣太夫町3-8	083-922-5203
徳島農政事務所消費生活課	〒770-0943	徳島市中昭和町2-32	088-622-6136
香川農政事務所消費生活課	〒760-0018	高松市天神前3-5	087-831-8155
愛媛農政事務所消費生活課	〒790-8519	松山市宮田町188　松山地方合同庁舎	089-932-1379
高知農政事務所消費生活課	〒780-0870	高知市本町4-3-41	088-875-2155

九州地方に在住の方……

公正取引委員会事務総局九州事務所総務課	〒812-0013	福岡市博多区博多駅東2-10-7 福岡第二合同庁舎別館	092-431-5881
九州農政局消費・安全部消費生活課	〒860-8527	熊本市二の丸1-2 熊本合同庁舎	096-353-7365
独立行政法人農林水産消費安全技術センター福岡センター門司事務所(山口県を含む)	〒801-0841	北九州市門司区西海岸1-3-10　門司港湾合同庁舎	093-322-1550
九州経済産業局産業部消費経済課	〒812-8546	福岡市博多区博多駅東2-11-1	092-482-5459
九州運輸局総務部総務課	〒812-0013	福岡市博多区博多駅東2-10-7　福岡第二合同庁舎	092-472-2312
九州総合通信局総合通信相談所	〒860-8795	熊本市二の丸1-4	096-326-7819
福岡農政事務所消費生活課	〒812-0018	福岡市博多区住吉3-17-21	092-281-8261
佐賀農政事務所消費生活課	〒840-0803	佐賀市栄町3-51	0952-23-3132
長崎農政事務所消費生活課	〒852-8106	長崎市岩川町16-16 長崎地方合同庁舎	095-845-7124
大分農政事務所消費生活課	〒870-0047	大分市中島西1-2-28	097-532-6132

宮崎農政事務所消費生活課	〒880-0801	宮崎市老松2-3-17	0985-22-3181
鹿児島農政事務所消費生活課	〒892-0817	鹿児島市小川町3-64	099-222-0121

沖縄地方に在住の方……

沖縄総合事務局総務部公正取引室	〒900-0006	那覇市おもろまち2-1-1 那覇第2地方合同庁舎2号館	098-866-0049
沖縄総合事務局農林水産部消費・安全課	〒900-0006	那覇市おもろまち2-1-1 那覇第2地方合同庁舎2号館	098-866-1672
独立行政法人農林水産消費安全技術センター福岡センター門司事務所	〒801-0841	北九州市門司区西海岸1-3-10　門司港湾合同庁舎	093-322-1550
沖縄総合事務局経済産業部商務通商課	〒900-0006	那覇市おもろまち2-1-1 那覇第2地方合同庁舎2号館	098-866-1734
沖縄総合事務局運輸部企画室	〒900-0006	那覇市おもろまち2-1-1 那覇第2地方合同庁舎2号館	098-866-1812
沖縄総合通信事務所総合通信相談所	〒900-8795	那覇市東町26-29	098-865-2390

都道府県・政令指定都市の消費者政策担当課室

北海道	環境生活部くらし安全局消費者安全課	〒060-8588	札幌市中央区北3条西6丁目	011-231-4111
青森県	環境生活部県民生活文化課	〒030-8570	青森市長島1-1-1	017-734-9206
岩手県	環境生活部県民くらしの安全課消費生活担当	〒020-8570	盛岡市内丸10-1	019-624-2586
宮城県	環境生活部消費生活・文化課	〒980-8570	仙台市青葉区本町3-8-1	022-211-2523
秋田県	生活環境文化部県民文化政策課消費生活室	〒010-8570	秋田市山王4-1-1	018-860-1516
山形県	生活環境部くらし安心課	〒990-8570	山形市松波2-8-1	023-630-3101
福島県	生活環境部消費生活課	〒960-8043	福島市中町8-2　1F	024-521-7736
茨城県	生活環境部生活文化課	〒310-8555	水戸市笠原町978-6	029-301-2829
栃木県	県民生活部くらし安全安心課	〒320-8501	宇都宮市塙田1-1-20	028-623-2134
群馬県	生活文化部消費生活課	〒371-8570	前橋市大手町1-1-1	027-226-2274
埼玉県	県民生活部消費生活課	〒330-9301	さいたま市浦和区高砂3-15-1	048-830-2935
千葉県	環境生活部県民生活課	〒260-8667	千葉市中央区市場町1-1	043-223-2296
東京都	生活文化スポーツ局消費生活部企画調整課	〒163-8001	新宿区西新宿2-8-1	03-5388-3076
神奈川県	県民局くらし文化部消費生活課	〒221-0835	横浜市神奈川区鶴屋町2-24-2　かながわ県民センター	045-312-1121
新潟県	県民生活・環境部消費者行政課	〒950-8570	新潟市中央区新光町4-1	025-280-5135
富山県	生活環境文化部県民生活課	〒930-8501	富山市新総曲輪1-7	076-444-3129
石川県	県民文化局県民生活課消費生活グループ	〒920-8580	金沢市鞍月1-1	076-225-1386
福井県	安全環境部県民安全課消費・生活グループ	〒910-8580	福井市大手3-17-1	0776-20-0287
山梨県	企画県民部消費者安全・食育推進課	〒400-8501	甲府市丸の内1-6-1	055-223-1352
長野県	企画部生活文化課消費生活室	〒380-0936	長野市大字中御所字岡田98-1	026-223-6770
岐阜県	環境生活部環境生活政策課消費生活担当	〒500-8570	岐阜市薮田南2-1-1	058-272-1111
静岡県	県民部県民生活局県民生活課	〒420-8601	静岡市葵区追手町9-6	054-221-2257
愛知県	県民生活部県民生活課	〒460-8501	名古屋市中区三の丸3-1-2	052-954-6163
三重県	生活・文化部交通安全・消費生活室	〒514-0004	津市栄町1-954	059-224-2400
滋賀県	県民文化生活部県民生活課	〒520-8577	大津市京町4-1-1	077-528-3412
京都府	府民生活部消費生活安全センター	〒601-8047	京都市南区新町通九条下ル	075-671-0030
大阪府	府民文化部府民文化総務課	〒540-8570	大阪市中央区大手前２丁目	06-6944-6638

兵庫県	健康福祉部生活消費局消費生活課	〒650-8567	神戸市中央区下山手通5-10-1	078-362-3393
奈良県	福祉部健康安全局消費・生活安全課消費者行政係	〒630-8501	奈良市登大路町30番地	0742-27-8704
和歌山県	環境生活部県民局県民生活課	〒640-8585	和歌山市小松原通１－１	073-441-2345
鳥取県	生活環境部くらしの安心局消費生活センター	〒683-0043	米子市末広町294	0859-34-2765
島根県	環境生活部環境生活総務課消費生活室	〒690-0887	松江市殿町8-3	0852-22-5103
岡山県	県民生活部くらし安全安心課	〒700-8570	岡山市内山下2-4-6	086-226-7346
広島県	環境県民局総務管理部消費生活課	〒730-8511	広島市中区基町10-52	082-513-2730
山口県	環境生活部県民生活課消費生活班	〒753-8501	山口市滝町1-1	083-933-2608
徳島県	危機管理部県民くらし安全局県民くらし安全課	〒770-8570	徳島市万代町1-1	088-621-2258
香川県	総務部県民活動・男女共同参画課	〒760-8570	高松市番町4-1-10	087-832-3172
愛媛県	県民環境部管理局県民生活課	〒790-8570	松山市一番町4-4-2	089-921-2300
高知県	文化生活部県民生活・男女共同参画課	〒780-8570	高知市丸ノ内1-2-20	088-823-9653
福岡県	新社会推進部生活安全課	〒812-8577	福岡市博多区吉塚本町13-50	092-632-1600
佐賀県	くらし環境本部くらしの安全安心課（消費生活センター）	〒840-0815	佐賀市天神3-2-11	0952-25-7059
長崎県	県民生活部食品安全・消費生活課	〒850-8570	長崎市江戸町2-13	095-895-2318
熊本県	環境生活部食の安全・消費生活課	〒862-8570	熊本市水前寺6-18-1	096-333-2291
大分県	生活環境部県民生活・男女共同参画課	〒870-0037	大分市東春日町1-1 NS大分ビル内	097-534-2038
宮崎県	県民政策部生活・協働・男女参画課	〒880-8501	宮崎市橘通東2-10-1	0985-26-7054
鹿児島県	総務部県民生活局生活・文化課消費者行政推進室	〒890-8577	鹿児島市鴨池新町10-1	099-286-2521
沖縄県	文化環境部県民生活課消費生活班	〒900-8570	那覇市泉崎1-2-2	098-866-2187
札幌市	市民まちづくり局市民生活部消費者センター	〒060-8611	札幌市中央区北１条西２丁目	011-211-2245
仙台市	消費生活センター	〒980-8555	仙台市青葉区一番町4-11-1	022-268-7040

さいたま市	市民局市民部消費生活総合センター	〒330-0853	さいたま市大宮区錦町682-2	048-643-2239
千葉市	市民局生活文化部消費生活センター	〒260-0045	千葉市中央区弁天1-25-1	043-207-3601
川崎市	経済労働局産業政策部消費者行政センター	〒210-0006	川崎市川崎区砂子1-10-2	044-200-2262
横浜市	経済観光局消費経済課	〒231-0017	横浜市中区港町1－1	045-671-2568
相模原市	企画市民局市民部生活安全課	〒252-5277	相模原市中央区中央2-11-15	042-769-8229
新潟市	市民生活部市民総務課消費生活センター	〒951-8550	新潟市中央区学校町通１番町602番地１	025-226-1049
静岡市	生活文化局市民生活部消費生活センター	〒420-8602	静岡市葵区追手町5-1	054-221-1386
浜松市	生活文化部市民生活課くらしのセンター	〒430-8652	浜松市中区元城町103－２	053-457-2635
名古屋市	市民経済局生活流通部消費流通課	〒460-8508	名古屋市中区三の丸3-1-1	052-961-1111
京都市	市民総合相談課	〒604-8186	京都市中京区烏丸御池東南角	075-256-1110
大阪市	消費者センター	〒559-0034	大阪市住之江区南港北2-1-10	06-6614-7521
堺市	市民人権局市民生活部消費生活センター	〒590-0078	堺市堺区北瓦町2-4-16	072-221-7908
神戸市	市民参画推進局市民生活部消費生活課	〒650-8570	神戸市中央区加納町6-5-1	078-331-8181
岡山市	市民局生活安全課消費生活センター	〒700-8544	岡山市北区大供1-1-1	086-803-1105
広島市	消費生活センター	〒730-0011	広島市中区基町6-27	082-225-3329
北九州市	総務市民局安全・安心部消費生活センター	〒804-0067	北九州市戸畑区汐井町1-6	093-871-0428
福岡市	市民局生活安全・危機対策部消費生活センター	〒810-0073	福岡市中央区舞鶴2-5-1	092-712-2929

２．国民生活センター及び消費生活センター

独立行政法人国民生活センター

相模原事務所	〒252-0229	神奈川県相模原市中央区弥栄3-1-1	042-758-3161（代表）
東京事務所	〒108-8602	東京都港区高輪3-13-22	03-3443-6211（代表） 03-3446-0999（消費生活相談） 03-5475-3711（個人情報相談）

都道府県・市町村等の消費生活センター

北海道

北海道立消費生活センター	〒060-0003	札幌市中央区北3条西7丁目 北海道庁別館西棟2F	011-221-0110
札幌市消費者センター	〒060-0808	札幌市北区北8条西3丁目 札幌エルプラザ2階	011-728-2121
函館市消費生活センター	〒040-0063	函館市若松町17番12号　棒二森屋6階	0138-26-4646
小樽市消費者センター	〒047-0031	小樽市色内1丁目9番5号　小樽市分庁舎内	0134-32-111 (内線389)
旭川市消費生活センター	〒070-0035	旭川市5条通10丁目　旭川市5条庁舎4階	0166-25-9747
室蘭市消費生活センター	〒051-8511	室蘭市幸町1-2	0143-25-3100
釧路市消費生活センター	〒085-0017	釧路市幸町3丁目3番地	0154-24-3000
帯広市消費生活アドバイスセンター	〒080-0014	帯広市西4条南13丁目　とかちプラザ1階	0155-22-8393
北見市消費者相談室	〒090-8509	北見市大通り西2丁目1番地	0157-23-4013
岩見沢市消費者センター	〒068-0034	岩見沢市有明町南1番地1 アリアケ交流プラザ内	0126-23-7987
網走市消費者相談室	〒093-0035	網走市駒場南1丁目4-1	0152-44-7076
留萌消費生活相談窓口	〒077-0041	留萌市明元町6丁目22番地の1	0164-42-0651
苫小牧市消費者センター	〒053-0021	苫小牧市若草町3丁目3番8号 市民活動センター内	0144-33-6510
美唄市消費生活センター	〒072-8660	美唄市西3条南1丁目1-1	0126-62-4500
芦別市消費生活相談窓口	〒075-8711	芦別市北1条東1丁目3番地	0124-22-2111
江別消費者相談窓口	〒067-8674	江別市高砂町6番地	011-381-1026
赤平市消費生活相談室	〒079-1192	赤平市泉町4丁目1番地	0125-32-1833
紋別市消費者センター	〒094-0005	紋別市幸町5丁目24番地1号	0158-24-7779
士別市消費生活センター	〒095-8686	士別市東6条4丁目1番地	0165-23-3121
名寄市消費者センター	〒096-0030	名寄市大通北1丁目　市民会館2F	01654-2-3575
根室市消費生活センター	〒087-8711	根室市常盤町2丁目27番地	0153-24-9065
千歳市消費生活相談室	〒066-8686	千歳市東雲町2丁目34番地	0123-24-0193
滝川地方消費者センター	〒073-0032	滝川市明神町1丁目5番29号	0125-23-4778

深川市消費者センター	〒074-0003	深川市3条18番36号	0164-26-2210
富良野市消費生活センター	〒076-0032	富良野市若松町17番1号	0167-39-1166
登別市消費生活センター	〒059-8701	登別市中央町6丁目11番地	0143-85-3491
恵庭市消費生活相談窓口	〒061-1414	恵庭市漁町21番地	0123-32-8191
北広島市消費生活相談室	〒061-1192	北広島市中央4丁目2番地1	011-372-3311
上砂川町消費生活センター	〒073-0292	空知郡上砂川町字上砂川町40番地10	0125-62-2243
美幌町消費生活相談窓口	〒092-0012	網走郡美幌町字栄町4丁目４番地の１	0152-72-0366
白老町消費者相談窓口	〒059-0995	白老郡白老町大町1丁目1番1号	0144-82-2265
浦河町消費生活センター	〒057-0013	浦河郡浦河町大通3丁目52	0146-22-6667
音更町消費生活相談窓口	〒080-0198	河東郡音更町元町2番地　児童会館内	0155-42-1233
清水消費者センター	〒089-0192	上川郡清水町南4条2丁目2番地	0156-62-1151
芽室町消費生活相談窓口	〒082-0030	河西郡芽室町本通1丁目19　めむろ-ど3階	0155-62-6556
幕別町消費生活相談室	〒089-0692	幕別町本町130	0155-54-6606
中標津町消費生活センター	〒086-1197	標津郡中標津町丸山2丁目22番地	0153-73-3111

青森県

青森県消費生活センター	〒030-0822	青森市中央三丁目20-30 県民福祉プラザ内	017-722-3343
青森県消費生活センター弘前相談室	〒036-8345	弘前市大字蔵主町4　県弘前合同庁舎内	0172-36-4500
青森県消費生活センター八戸相談室	〒039-1101	八戸市大字尻内町字鴨田7 県八戸合同庁舎内	0178-27-3381
青森県消費生活センターむつ相談室	〒035-0073	むつ市中央一丁目1-8　県むつ合同庁舎内	0175-22-7051
青森市民消費生活センター	〒030-8555	青森市中央1-22-5	017-722-2326
弘前市市民生活センター	〒036-8182	弘前市大字土手町154番地1	0172-34-3179
八戸市消費生活センター	〒031-8686	八戸市内丸一丁目1-1	0178-43-9524

岩手県

岩手県立県民生活センター	〒020-0021	盛岡市中央通3-10-2	019-624-2209
県南広域振興局経営企画部消費生活相談室	〒023-0053	奥州市水沢区大手町1-2　県合同庁舎内	0197-22-2813
県南広域振興局花巻総合支局遠野県民センター消費生活相談室	〒028-0525	遠野市六日町1-22　県合同庁舎内	0198-62-9930
県南広域振興局北上総合支局地域支援部消費生活相談室	〒024-8520	北上市芳町2-8　県合同庁舎内	0197-65-2731
県南広域振興局一関総合支局地域支援部消費生活相談室	〒021-8503	一関市竹山町7-5　県合同庁舎内	0191-26-1414
県南広域振興局一関総合支局千厩県民センター消費生活相談室	〒029-0803	東磐井郡千厩町千厩字北方85-2 県合同庁舎	0191-52-4901

大船渡地方振興局企画総務部消費生活相談室	〒022-8502	大船渡市猪川町字前田6-1　県合同庁舎内	0192-27-9911
宮古地方振興局企画総務部消費生活相談室	〒027-0072	宮古市五月町1-20　県合同庁舎内	0193-64-2211
久慈地方振興局企画総務部消費生活相談室	〒028-8042	久慈市八日町1-1　県合同庁舎内	0194-53-4981
盛岡市消費生活センター	〒020-0878	盛岡市肴町2-29	019-604-3301

宮城県

環境生活部消費生活・文化課相談啓発班（消費生活センター）	〒980-8570	仙台市青葉区本町3丁目8番1号	022-211-2524
大河原地方振興事務所(県民サービスセンター)	〒989-1243	柴田郡大河原町字南129-1	0224-53-1486
北部地方振興事務所（県民サービスセンター）	〒989-6117	大崎市古川旭4丁目1-1	0229-91-0764
北部地方振興事務所栗原地域事務所（県民サービスセンター）	〒987-2251	栗原市築館藤木5-1	0228-22-2257
東部地方振興事務所（県民サービスセンター）	〒986-0812	石巻市東中里1-4-32	0225-95-1411
東部地方振興事務所登米地域事務所（県民サービスセンター）	〒987-0511	登米市迫町佐沼字西佐沼150-5	0220-22-6116
気仙沼地方振興事務所(県民サービスセンター)	〒988-0034	気仙沼市朝日町1-1	0226-24-3186
仙台市消費生活センター	〒980-8555	仙台市青葉区一番町4-11-1 141　ビル5階	022-268-7040
石巻市市民相談センター	〒986-0822	石巻市中央一丁目13-18	0225-95-1111
塩竈市消費生活相談窓口	〒985-8501	塩竈市旭町1番1号	022-364-1111
気仙沼市商工課消費生活相談窓口	〒988-8501	気仙沼市八日町一丁目1-1	0226-22-3437
名取市消費生活相談窓口	〒981-1292	名取市増田字柳田80	022-384-2111
登米市消費生活相談室	〒987-0602	宮城県登米市中田町上沼字西桜場18	0220-34-2308
大崎市消費生活相談室	〒989-6188	大崎市七日町1番1号	0229-21-7321

秋田県

秋田県生活センター	〒010-0001	秋田市中通2-3-8	018-836-7806
秋田市消費者センター	〒010-8560	秋田市山王一丁目1番1号	018-866-2016

山形県

山形県消費生活センター	〒990-8570	山形市松波二丁目8番1号　山形県庁内	023-624-0999
庄内消費者センター	〒997-1392	東田川郡三川町大字横山字袖東19番1号 庄内総合支庁内	0235-66-5451
山形市消費生活センター	〒990-8580	山形市城南町1-1-1	023-647-2201
米沢市消費生活センター	〒992-8501	米沢市金池5-2-25	0238-22-5111

鶴岡市消費生活センター	〒997-8601	鶴岡市馬場町9-25	0235-25-2111
酒田市消費生活センター	〒998-0044	酒田市中町3-4-5	0234-26-5761

福島県

福島県消費生活センター	〒960-8043	福島市中町8番2号	024-521-7737
福島市消費生活センター	〒960-8035	福島市本町2-6	024-525-3774
郡山市消費生活センター	〒963-8601	郡山市朝日一丁目23番7号	024-924-2151
いわき市消費生活センター	〒970-8026	いわき市平字一町目1番地 ティーワンビル4階	0246-22-7021

茨城県

茨城県消費生活センター	〒310-0802	水戸市柵町1-3-1	029-224-4722
水戸市消費生活センター	〒310-0063	水戸市五軒町1丁目2番12号	029-226-4194
日立市消費生活センター	〒316-0036	日立市鮎川町1-1-10	0294-33-3129
土浦市消費生活センター	〒300-0043	土浦市中央2-16-4	029-823-3928
古河市消費生活センター	〒306-0291	古河市下大野2248	0280-92-3111
石岡市消費生活センター	〒315-8640	石岡市石岡一丁目1番地1	0299-23-1111
結城市消費生活センター	〒307-8501	結城市大字結城1447	0296-32-1161
龍ケ崎市消費生活センター	〒301-8611	龍ケ崎市寺後3710	0297-64-112
下妻市消費生活センター	〒304-8555	下妻市鬼怒230	0296-44-8632
常陸太田市消費生活センター	〒313-8611	常陸太田市金井町3690	0294-70-1322
笠間市消費生活センター	〒309-1792	笠間市中央三丁目2番1号	0296-77-1101 (内線132)
取手市消費生活センター	〒302-8585	取手市寺田5139番地	0297-72-5022
牛久市消費生活センター	〒300-1292	牛久市中央3-15-1	029-830-8802
つくば市消費生活センター	〒305-0031	つくば市吾妻1丁目2番地5	029-861-1329
ひたちなか市消費生活センター	〒312-8501	ひたちなか市東石川2-10-1	029-273-0111
鹿嶋市消費生活センター	〒314-8655	鹿嶋市平井1187-1	0299-82-2911
潮来市消費生活センター	〒311-2421	潮来市辻765　農村高齢者センター内	0299-62-2138
守谷市消費生活センター	〒302-0198	守谷市大柏950-1	0297-45-1111
常陸大宮市消費生活センター	〒319-2292	常陸大宮市中富町3135-6	0295-52-2185
那珂市消費生活センター	〒311-0192	那珂市福田1819番地5	029-298-1111
坂東市消費生活センター	〒306-0631	坂東市岩井4413-1	0297-36-2035
かすみがうら市消費生活センター	〒300-0192	かすみがうら市大和田828-5	029-897-1111
神栖市消費生活センター	〒314-0192	神栖市溝口4991-5	0299-90-1105
鉾田市消費生活センター	〒311-1592	鉾田市鉾田1444-1	0291-33-2111
つくばみらい市消費生活センター	〒300-2492	つくばみらい市加藤237番地	0297-52-3449
東海村消費生活センター	〒319-1192	那珂郡東海村東海3丁目7番1号	029-287-0853
阿見町消費生活センター	〒300-0392	稲敷郡阿見町中央一丁目1番1号	029-888-1871

栃木県

栃木県消費生活センター	〒320-0071	宇都宮市野沢町4-1	028-665-7733
宇都宮市消費生活センター	〒320-0026	宇都宮市馬場通り4丁目1番1号 うつのみや表参道スクエア5階	028-616-1561
足利市消費生活センター	〒326-0821	足利市南町4254-1	0284-73-1210
栃木市消費生活センター	〒328-0031	栃木市日ノ出町14番36号	0282-23-8899
佐野市消費生活センター	〒327-0398	佐野市田沼町974-1	0283-61-1161
鹿沼市消費生活センター	〒322-8601	鹿沼市今宮町1688-1	0289-63-3313
日光市消費生活センター	〒321-1261	日光市今市456番地	0288-21-5151
小山市消費生活センター	〒323-8686	小山市中央町1-1-1	0285-22-9282
真岡市消費生活センター	〒321-4325	真岡市田町1344	0285-84-7830
大田原市消費生活センター	〒324-0057	大田原市住吉町1-9-37	0287-23-6236
矢板市消費生活センター	〒329-2192	矢板市本町5番4号	0287-43-6755
那須塩原市消費生活センター	〒325-0042	那須塩原市桜町1-5	0287-63-7900
さくら市消費生活センター	〒329-1392	さくら市氏家2771番地	028-681-2575
下野市消費生活センター	〒329-0492	下野市小金井1127	0285-44-4883

群馬県

群馬県消費生活センター	〒371-8570	前橋市大手町1-1-1	027-226-2281
前橋市消費生活センター	〒371-0022	前橋市千代田町2-5-5	027-230-1755
高崎市消費生活センター	〒370-0839	高崎市檜物町1-5 シンフォニア高崎城址2階	027-321-1111
桐生市消費生活センター	〒376-0045	桐生市末広町13-4 桐生市保健福祉会館4階	0277-40-1113
伊勢崎市消費生活センター	〒372-0014	伊勢崎市昭和町1712番地2	0270-20-7301 (事務用)
太田市西消費生活センター	〒370-0392	太田市新田金井町29番地	0276-20-9712
沼田市消費生活センター	〒378-0053	沼田市東原新町1801-40	0278-20-1500
館林市消費生活センター	〒374-0029	館林市仲町5番25号	0276-72-9003
渋川市消費生活センター	〒377-8501	渋川市石原80番地	0279-22-2325
藤岡市消費生活センター	〒375-8601	藤岡市中栗須327	0274-20-1133
富岡市消費生活センター	〒370-2316	富岡市富岡1439-1　あい愛プラザ2階	0274-63-6066
安中市消費生活センター	〒379-0192	安中市安中一丁目23番13号	027-382-1111
みどり市消費生活センター	〒376-0192	みどり市大間々町大間々1511	0277-76-1938

埼玉県

埼玉県消費生活支援センター	〒333-0844	川口市上青木3-12-18	048-261-0930
埼玉県消費生活支援センター川越	〒350-1124	川越市新宿町1-1-1	049-249-4751
埼玉県消費生活支援センター春日部	〒344-0038	春日部市大沼1-76	048-734-0998

埼玉県消費生活支援センター熊谷	〒360-0014	熊谷市箱田5-13-1	048-523-1711
消費生活総合センター	〒330-0853	さいたま市大宮区錦町682-2	048-645-3421
浦和消費生活センター	〒330-0055	さいたま市浦和区東高砂11-1 コムナーレ9階	048-871-0164
岩槻消費生活センター	〒339-8585	さいたま市岩槻区本町6-1-1 岩槻区役所内	048-749-6191
川越市生活情報センター	〒350-1122	川越市脇田町105番地 アトレビル6階	049-226-7066
熊谷市消費生活相談窓口	〒360-8601	熊谷市宮町二丁目47番地1	048-524-1111
川口市市民生活部市民相談室（川口市消費生活相談コーナー）	〒332-8601	川口市青木2-1-1	048-258-1241
所沢市消費生活センター	〒359-1143	所沢市宮本町一丁目1番2号	04-2928-1233
飯能市消費生活相談室	〒357-8501	飯能市双柳1-1	042-973-2111
加須市市民相談室消費生活相談窓口	〒347-8501	加須市下三俣290	0480-62-1111
狭山市消費生活センター	〒350-1305	狭山市入間川2-2-25	04-2954-7745
上尾市生活情報センター	〒362-0075	上尾市柏座4-2-3　コミュニティセンター2F	048-775-0800
草加市消費生活相談窓口	〒340-0053	草加市旭町6-13-20	048-941-6111
越谷市立消費生活センター	〒343-0813	越谷市越ヶ谷4丁目1番1号	048-965-8886
蕨市消費生活相談	〒335-8501	蕨市中央5丁目14番15号	048-433-4286
戸田市消費生活相談室	〒335-8588	戸田市上戸田1-18-1	048-441-1800 (内線656)
入間市消費生活センター	〒358-8511	入間市豊岡1-16-1	04-2964-1111 (内線1112)
朝霞市消費生活相談室	〒351-8501	朝霞市本町1-1-1	049-463-1111
志木市消費者相談コーナー	〒353-0002	志木市中宗岡1-1-1	048-473-1111
和光市消費生活センター	〒351-0129	和光市広沢1-5	048-424-9129
新座市消費生活相談室	〒352-8623	新座市野火止1-1-1	048-477-1111
八潮市消費生活センター	〒340-8588	八潮市中央一丁目2番地1	048-996-2111
富士見市市民相談室	〒354-8511	富士見市大字鶴馬1800番地の1	049-251-2711
三郷市消費生活相談室	〒341-8501	三郷市花和田648-1	048-930-7725
蓮田市消費生活相談	〒349-0193	蓮田市大字黒浜2799番地の1	048-765-1723
坂戸市消費生活センター	〒350-0292	坂戸市千代田1-1-1	049-283-1331
鶴ヶ島市消費生活相談室	〒350-2292	鶴ヶ島市大字三ツ木16-1	049-271-1111
ふじみ野市消費生活センター	〒356-8501	ふじみ野市福岡1-1-2	049-262-9026

千葉県

千葉県消費者センター	〒273-0014	船橋市高瀬町66-18	047-431-3811
千葉市消費生活センター	〒260-0045	千葉市中央区弁天1-25-1	043-207-3601
銚子市消費生活センター	〒288-8601	銚子市若宮町1-1	0479-24-8194

市川市消費生活センター	〒272-8561	市川市八幡1-15-10	047-332-4312
船橋市消費生活センター	〒273-0005	船橋市本町1-3-1　フェイスビル5階	047-423-3006
木更津市諸費生活センター	〒292-8501	木更津市潮見1-1	0438-20-2234
松戸市消費生活センター	〒271-0073	松戸市小根本7番地の8 京葉ガスF松戸第2ビル5階	047-366-7329
野田市消費生活センター	〒278-8550	野田市鶴奉7-1	04-7123-1084
成田市消費生活センター	〒286-8585	成田市花崎町760	0476-23-1161
佐倉市消費生活センター	〒285-0005	佐倉市宮前3丁目4-1	043-483-3010
習志野市消費生活センター	〒275-0016	習志野市津田沼5-12-12 サンロード津田沼6階	047-451-6999
柏市消費生活センター	〒277-0005	柏市柏四丁目9-7　そごうアネックス5階	04-7163-5853
市原市消費生活センター	〒290-0081	市原市五井中央西2丁目3番地13	0436-21-0844
流山市消費生活センター	〒270-0192	流山市平和台1-1-1	04-7158-0999
八千代市消費生活センター	〒276-8501	八千代市大和田新田312-5第2別館	047-485-0559
我孫子市消費生活センター	〒270-1151	我孫子市本町3丁目2番28号 イトーヨーカドー我孫子店2階	04-7185-1469
浦安市消費生活センター	〒279-0002	浦安市北栄1-1-16	047-390-0086
四街道市消費生活センター	〒284-0003	四街道市鹿渡2001-10	043-422-2155

東京都

東京都消費生活総合センター	〒162-0823	新宿区神楽河岸1番1号 セントラルプラザ15～17階	03-3235-1151
東京都多摩消費生活センター	〒190-0023	立川市柴崎町二丁目15番19号 東京都北多摩北部建設事務所3階	042-522-5119
千代田区消費生活センター	〒102-8688	千代田区九段南1-2-1	03-5211-4179
中央区区民部区民生活課消費生活係	〒104-0084	中央区築地1-1-1	03-3546-5332
港区立消費者センター	〒108-0023	港区芝浦3-1-47	03-3456-4159
新宿区立新宿消費生活センター	〒160-0022	新宿区新宿5 - 18 - 21	03-5273-3834
文京区消費生活センター	〒112-8555	文京区春日1-16-21	03-5803-1105
台東区消費者相談コーナー	〒110-8615	台東区東上野4-5-6	03-5246-1133
すみだ消費者センター	〒131-0045	墨田区押上2-12-7-215	03-5608-1516
江東区消費者センター	〒135-0011	江東区扇橋3-22-2 ﾊﾟﾙｼﾃｨ江東	03-5683-0321
品川区消費者センター	〒140-0014	品川区大井1-14-1 大井1丁目共同ビル	03-5718-7181
目黒区消費生活センター	〒153-0063	目黒区目黒2-4-36　目黒区民センター1階	03-3711-1133
大田区立消費者生活センター	〒144-0052	大田区蒲田五丁目13-26-101	03-3736-7711
世田谷区消費生活センター	〒154-0004	世田谷区太子堂2-16-7	03-3410-6521
渋谷区立消費者センター	〒150-0002	渋谷区渋谷1-12-5	03-3406-7641
中野区消費者センター	〒164-0001	中野区中野5-4-7	03-3389-1191
杉並区立消費者センター	〒167-0051	杉並区荻窪5-15-13　あんさんぶる荻窪3階	03-3398-3141
豊島区消費生活センター	〒170-0013	豊島区東池袋1-20-15	03-5992-7015

北区地域振興部産業振興課消費生活センター	〒114-8503	北区王子1-11-1　北とぴあ11階	03-5390-1239
荒川区消費者相談室	〒116-0002	荒川区荒川2-1-5　セントラル荒川ビル3階	03-3802-4673
板橋区消費者センター	〒173-0004	板橋区板橋2-65-6	03-3579-2266
練馬区消費生活センター	〒177-0041	練馬区石神井町2-14-1	03-5910-3089
足立区消費者センター	〒123-0851	足立区梅田7-33-1	03-3880-5385
葛飾区消費生活センター	〒124-0012	葛飾区立石5-27-1　ウィメンズパル	03-5698-2316
江戸川区消費者センター	〒132-0031	江戸川区松島1-38-1 グリーンパレス1F	03-5662-7635
八王子市消費者センター	〒192-0053	八王子市八幡町7-10　安藤物産第2ビル4階	042-625-2155
立川市消費生活センター	〒190-0012	立川市曙町2-36-2	042-528-6801
武蔵野市消費生活センター	〒180-0004	武蔵野市吉祥寺本町1-10-7	0422-21-2972
三鷹市消費者活動センター	〒181-0013	三鷹市下連雀3-22-7	0422-43-7874
青梅市消費者相談室	〒198-0042	青梅市東青梅1-2-5	0428-24-2502 (0428-22-1111)
府中市消費生活相談室	〒183-8703	府中市住吉町1-84-1 ステーザ府中中河原4階女性センター内	042-360-3316
昭島市消費生活相談室	〒196-0015	昭島市昭和町3-10-2	042-544-9399
調布市消費生活相談室	〒182-8511	調布市小島町2丁目35番地1	042-481-7140
町田市消費生活センター	〒194-0013	町田市原町田4-9-8	042-725-8805
小金井市消費生活相談室	〒184-8504	小金井市本町6-6-3	042-384-4999
小平市消費生活相談室	〒187-8701	小平市小川町2-1333	042-341-1211 （内線2416）
日野市消費生活相談室	〒191-0011	日野市日野本町1-6-2	042-581-3556
東村山市消費生活相談室	〒189-8501	東村山市本町1-2-3	042-393-5111
国分寺市消費生活相談室	〒185-8501	国分寺市戸倉1-6-1	042-325-0111
国立市消費生活相談コーナー	〒186-8501	国立市富士見台2-47-1	042-576-2111
狛江市消費生活相談コーナー	〒201-8585	狛江市和泉本町1-1-5	03-3430-1111
清瀬市消費生活センター	〒204-0021	清瀬市元町1-4-17	042-495-6211
東久留米市消費者センター	〒203-0053	東久留米市本町3-3-1生活文化課内	042-470-7738
多摩市消費生活センター	〒206-0025	多摩市永山1-5ﾍﾞﾙﾌﾞ永山 3階	042-374-9595
稲城市消費者ルーム	〒206-0804	稲城市百村2111番地　パルシステム生活協同組合連合会稲城事務センター3階	042-370-7510
羽村市消費生活センター	〒205-0003	羽村市緑ヶ丘5-1-30	042-555-1111
西東京市消費者センター	〒202-0005	西東京市住吉町6-1-5	042-425-4141

神奈川県

県民部消費生活課横浜駐在事務所（かながわ中央消費生活センター）	〒221-0835	横浜市神奈川区鶴屋町2-24-2 かながわ県民ｾﾝﾀｰ6階	045-312-1121
横浜市消費生活総合センター	〒233-0002	横浜市港南区上大岡西1-6-1 ゆめおおおかオフィスタワー4･5F	045-845-7722

川崎市経済労働局産業政策部消費者行政センター	〒210-0006	川崎市川崎区砂子1-10-2 ソシオ砂子ビル6階	044-200-2262
横須賀市消費生活センター	〒238-0041	横須賀市本町2-1　市立総合福祉会館2階	046-821-1312
平塚市消費生活センター	〒254-0811	平塚市八重咲町3-3　JAビルかながわ2階	0463-20-5775
鎌倉市消費生活センター	〒248-8686	鎌倉市御成町18-10	0467-23-3000
藤沢市消費生活センター	〒251-8601	藤沢市朝日町1番地の1	0466-25-1111
西さがみ連邦共和国消費生活センター	〒250-8555	小田原市荻窪300番地	0465-33-1777
茅ヶ崎市消費生活センター	〒253-8686	茅ヶ崎市茅ヶ崎1-1-1	0467-82-1111
相模原市北消費生活センター	〒229-1103	相模原市橋本6-2-1	042-775-1779
相模原市相模原消費生活センター	〒229-0031	相模原市相模原1-1-3	042-776-2598
相模原市南消費生活センター	〒228-0803	相模原市相模大野5-31-1	042-749-2171
秦野市消費生活センター	〒257-8501	秦野市桜町1丁目3番2号	0463-82-5181
厚木市消費生活センター	〒243-0017	厚木市栄町1-16-15　厚木商工会議所4階	046-225-2155
大和市消費生活センター	〒242-8601	大和市下鶴間1-1-1	046-260-5174
海老名市消費生活センター	〒243-0492	海老名市勝瀬175番地の1	046-292-1000
座間市消費生活センター	〒252-8566	座間市緑ヶ丘一丁目1-1	046-252-8218
南足柄市消費生活センター	〒250-0192	南足柄市関本440	0465-73-8004
綾瀬市消費生活センター	〒252-1192	綾瀬市早川550番地	0467-70-3335
伊勢原市消費生活センター	〒259-1188	伊勢原市田中348 伊勢原市役所市民相談課内	0463-95-3500

新潟県

新潟県消費生活センター	〒950-0994	新潟市中央区上所2-2-2 新潟ユニゾンプラザ1階	025-285-4196
新潟市消費生活センター	〒951-8550	新潟市中央区学校町通一番町602番地1	025-228-1000
長岡市立消費生活センター	〒940-0062	長岡市大手通2-2-6	0258-32-0022
柏崎市消費生活相談室	〒945-8511	柏崎市中央町5番50号	0257-21-2272
村上市消費生活センター	〒958-8501	村上市三之町1番1号	0254-53-2111
上越市消費生活センター	〒943-0892	上越市寺町2丁目20番1号	025-525-2125
佐渡市立消費生活センター	〒952-1393	佐渡市河原田本町394	0259-57-8143

富山県

富山県消費生活センター	〒930-0805	富山市湊入船町6-7 富山県民共生センター内	076-432-2949
富山県消費生活センター高岡支所	〒933-0045	高岡市本丸町7-1　本丸会館内	0766-28-8590
富山市消費生活センター	〒930-8510	富山市新桜町7番38号	076-443-2123
高岡市市民協働課	〒933-8601	高岡市広小路7-50	0766-20-1522

石川県

消費生活支援センター	〒920-8204	金沢市戸水2丁目30番地	076-267-6110

金沢市消費生活センター	〒920-8577	金沢市広坂1丁目1番1号	076-220-2095

福井県

福井県消費生活センター	〒910-0858	福井市手寄1丁目4-1	0776-22-1102
福井県嶺南消費生活センター	〒917-0069	小浜市小浜白鬚112	0770-52-7830
福井市消費者センター	〒910-0018	福井市田原一丁目13番6号	0776-20-5070
小浜市生活安全課消費生活相談室	〒917-8585	小浜市大手町6-3	0770-53-1111 (代)
大野市消費者相談センター	〒912-8666	大野市天神町1番1号	0779-66-1111
勝山市消費者センター	〒911-8501	勝山市元町1-1-1	0779-88-8103
鯖江市消費者センター	〒916-8666	鯖江市西山町13-1	0778-53-2204
あわら市消費者センター	〒919-0692	あわら市市姫三丁目1番1号	0776-73-8017
越前市消費者センター	〒915-0071	越前市府中一丁目2-3	0778-22-3773
坂井市消費者センター	〒910-0592	坂井市坂井町下新庄1-1	0776-50-3030

山梨県

山梨県県民生活センター	〒400-0035	甲府市飯田1-1-20	055-223-1571
甲府市消費生活センター	〒400-8585	甲府市丸の内1-18-1	055-237-5304

長野県

長野消費生活センター	〒380-0936	長野市大字中御所字岡田98-1 長野保健福祉事務所庁舎1階	026-223-6777
松本消費生活センター	〒390-0811	松本市中央1-23-1　松本商工会館1階	0263-35-1556
飯田消費生活センター	〒395-0034	飯田市追手町2-641-47	0265-24-8058
上田消費生活センター	〒386-8555	上田市材木町1-2-6　上田合同庁舎6階	0268-27-8517
松本消費生活センター岡谷支所	〒394-0027	岡谷市中央町1-1-1　ララオカヤ1階	0266-23-8260
長野市消費生活センター	〒380-0835	長野市大字南長野新田町1485-1 もんぜんぷら座4階	026-224-5777

岐阜県

岐阜県県民生活相談センター	〒500-8384	岐阜市薮田南5-14-53 岐阜県県民ふれあい会館	058-277-1003
岐阜市消費生活センター	〒500-8856	岐阜市橋本町1-10-23	058-268-1067

静岡県

静岡県東部県民生活センター	〒410-0801	沼津市大手町一丁目1番3号	055-951-8202
静岡県中部県民生活センター	〒422-8067	静岡市駿河区南町14番1号	054-202-6016
静岡県西部県民生活センター	〒430-0933	浜松市中区鍛冶町100番1号	053-458-7116
静岡市消費生活センター	〒420-8602	静岡市葵区追手町5番1号	054-221-1054
浜松市くらしのセンター	〒430-8652	浜松市中区元城町103番地の2	03-457-2635
沼津市消費生活センター	〒410-8601	沼津市御幸町16-1	055-934-4841

三島市市民相談室	〒411-8666	三島市北田町4-47	055-983-2621
富士宮市消費生活センター	〒418-8601	富士宮市弓沢町150	0544-22-1132
島田市消費生活センター	〒427-0042	島田市中央町5-1	0547-36-7153
富士市消費生活センター	〒417-8601	富士市永田町1丁目100番地	0545-55-2756
磐田市消費生活センター	〒438-8650	磐田市国府台3-1	0538-37-4819
焼津市市民相談室 （消費者窓口）	〒425-8502	焼津市本町2丁目16番32号	054-626-1147
掛川市消費生活センター	〒436-8650	掛川市長谷1-1-1	0537-21-1149
藤枝市消費生活センター	〒426-8722	藤枝市岡出山1-11-1	054-643-3111
御殿場市消費生活センター	〒412-8601	御殿場市萩原483	0550-83-1629
袋井市消費生活センター	〒437-8666	袋井市新屋1-1-1	0538-44-3174
裾野市消費生活センター	〒410-1192	裾野市佐野1059	055-995-1854
湖西市消費生活相談室	〒431-0492	湖西市吉美3268	053-576-1230
御前崎市消費生活相談窓口	〒437-1692	御前崎市池新田5585	0537-85-1135

愛知県

中央県民生活プラザ	〒460-8501	名古屋市中区三の丸三丁目1番2号 自治センター1、2、3階	052-962-0999
尾張県民生活プラザ	〒491-0859	一宮市本町4-3-1　ルボ・テンサンビル4階	0586-71-0999
海部県民生活プラザ	〒496-8531	津島市西柳原町1-14　海部総合庁舎1階	0567-24-9998
知多県民生活プラザ	〒475-8501	半田市出口町1-36　知多総合庁舎1階	0569-23-3300
西三河県民生活プラザ	〒444-8551	岡崎市明大寺本町1-4　西三河総合庁舎1階	0564-27-0999
豊田加茂県民生活プラザ	〒471-0026	豊田市若宮町1-57-1　A館T-FACE7階	0565-34-1700
新城設楽県民生活プラザ	〒441-1365	新城市字石名号20-1　新城設楽総合庁舎1階	0536-23-8701
東三河県民生活プラザ	〒440-8515	豊橋市八町通5-4東三河総合庁舎1階	0532-52-0999
名古屋市消費生活センター	〒460-0008	名古屋市中区栄1-23-13 伏見ライフプラザ内	052-222-9679
豊橋市消費生活相談室	〒440-8501	豊橋市今橋町1番地	0532-51-2306
岡崎市消費生活相談室	〒444-8601	岡崎市十王町二丁目9番地	0564-23-6219
一宮市消費生活相談窓口	〒491-0859	一宮市本町4丁目3-1	0586-71-2185
豊田消費生活センター	〒471-0026	豊田市若宮町1-57-1	0565-33-0999
小牧市消費生活相談室	〒485-8650	小牧市堀の内一丁目1番地	0568-76-1119

三重県

三重県消費生活センター	〒514-0004	津市栄町1丁目954番地　三重県栄町庁舎3階	059-224-2400
津市消費生活センター	〒514-8611	津市西丸之内23番1号	059-229-3313
四日市市市民・消費生活相談室	〒510-8601	四日市市諏訪町1番5号	059-354-8147
鈴鹿亀山消費生活センター	〒513-0806	鈴鹿市算所一丁目3番3号	059-375-7611

滋賀県

滋賀県消費生活センター	〒522-0071	彦根市元町4-1	0749-27-2234
大津市消費生活センター	〒520-0047	大津市浜大津四丁目1番1号	077-528-2662
彦根市消費生活相談窓口	〒522-8501	彦根市元町4-2	0749-30-6116

長浜市消費生活相談窓口	〒526-8501	長浜市高田町12番34号	0749-65-6567
近江八幡市消費生活相談窓口	〒523-8501	近江八幡市桜宮町236番地	0748-36-5566
草津市消費生活相談窓口	〒525-8588	草津市草津3丁目13-30	077-561-2353
守山市消費生活相談窓口	〒524-8585	守山市吉身二丁目5番22号	077-582-1148
栗東市消費生活相談窓口	〒520-3088	栗東市安養寺一丁目13-33	077-551-0115
甲賀市消費生活相談窓口	〒528-8502	甲賀市水口町水口6053	0748-65-0685
野洲市市民生活相談室	〒520-2395	野洲市小篠原2100番地1	077-587-6063
湖南市消費生活相談窓口	〒520-3288	湖南市中央一丁目1番	0748-71-2370
高島市市民課	〒520-1592	高島市新旭町北畑565番地	0740-25-8125
東近江市消費生活センター	〒527-8527	東近江市八日市緑町10番5号	0748-24-5659
米原市消費生活相談窓口	〒521-8501	米原市下多良三丁目3番地	0749-52-8088

京都府

京都府消費生活安全センター	〒601-8047	京都府京都市南区東九条下殿田町70 京都府民総合交流ﾌﾟﾗｻﾞ内	075-671-0004
京都府山城広域振興局商工労働観光室	〒611-0021	宇治市宇治若森7-6	0774-21-2103
京都府南丹広域振興局商工労働観光室	〒621-0851	亀岡市荒塚町1-4-1	0771-23-4438
京都府中丹広域振興局商工労働観光室	〒625-0036	舞鶴市字浜2020	0773-62-2506
京都府丹後広域振興局商工労働観光室	〒627-8570	京丹後市峰山町丹波855	0772-62-4304
文化市民局市民生活部市民総合相談課（京都市市民生活センター）	〒604-8186	京都市中京区烏丸御池東南角 アーバネックス御池ビル西館4階	075-256-1110
宇治市消費生活センター	〒611-8501	宇治市宇治琵琶33	0774-20-8796
城陽市消費生活センター	〒610-0195	京都府城陽市寺田東ノ口16番地･17番地	0774-56-4052
八幡市生活情報センター	〒614-8373	八幡市男山八望3-1	075-983-8400

大阪府

大阪府消費生活センター	〒540-6591	大阪市中央区大手前1-7-31	06-6945-0711
大阪市消費者センター	〒559-0034	大阪市住之江区南港北2-1-10 アジア太平洋トレードセンター ITM棟3階	06-6614-7521
堺市立消費生活センター	〒590-0076	堺市堺区北瓦町2-4-16	072-221-7908
岸和田市立消費者センター	〒596-0045	岸和田市別所町3-13-26	072-438-5281
豊中市立生活情報センターくらしかん	〒560-0022	豊中市北桜塚2-2-1	06-6858-5060
池田市立消費生活センター	〒563-0055	池田市菅原町3-1　ステーションN3階	072-753-5555
吹田市立消費生活センター	〒564-0027	吹田市朝日町3番203号	06-6319-1178
高槻市立消費生活センター	〒569-0804	高槻市紺屋町1番2号 総合市民交流センター2階	072-683-0999
貝塚市消費者相談コーナー	〒597-8585	貝塚市畠中1丁目17番1号	072-433-7190
守口市消費生活センター	〒570-0056	守口市寺内町1丁目16番5号	06-6998-6910

枚方市立消費生活センター	〒573-0032	枚方市岡東町12-3-202	072-844-2433
茨木市消費生活センター	〒567-0888	茨木市駅前四丁目6番16号	072-624-1999
八尾市経済環境部産業政策課消費生活係	〒581-0003	八尾市本町1-1-1	072-924-8531
泉佐野市消費生活センター	〒598-0007	泉佐野市上町3-11-48	072-464-2240
寝屋川市立消費生活センター	〒572-0041	寝屋川市桜木町5番30号	072-828-0428
河内長野市消費生活センター	〒586-0014	河内長野市長野町5-1-303	0721-56-2360
松原市消費生活相談コーナー	〒580-8501	松原市阿保1丁目1番1号	072-337-3112
大東市消費生活センター	〒574-8555	大東市谷川1丁目1番1号	072-870-0492
和泉市消費者相談室	〒594-8501	和泉市府中町二丁目7番5号 和泉市役所3号館3階	0725-41-1551
箕面市立消費生活センター	〒562-0003	箕面市西小路4-6-1	072-724-6717
門真市消費生活相談コーナー	〒571-8585	門真市中町1-1	06-6902-7249
高石市消費生活センター	〒592-0014	高石市綾園1-9-1	072-267-5501
東大阪市消費生活センター	〒578-0941	東大阪市岩田町5丁目7番36号	072-965-6002
交野市消費者相談コーナー	〒576-8501	交野市私部1-1-1	072-892-0121

兵庫県

健康生活科学研究所生活科学総合センター	〒650-0046	神戸市中央区港島中町4丁目2	078-302-4000
東播磨生活科学センター	〒675-0065	加古川市加古川町寺家町天神木97-1	079-421-0993
姫路生活科学センター	〒670-0092	姫路市新在家本町1-1-22	079-296-0999
西播磨生活科学センター	〒679-4311	たつの市新宮町宮内458-7	0791-75-0999
但馬生活科学センター	〒668-0056	兵庫県豊岡市妙楽寺41-1	0796-23-1490
丹波生活科学センター	〒679-0103	丹波市柏原町柏原5600	0795-72-5168
淡路生活科学センター	〒656-1521	淡路市多賀600	0799-85-0988
神戸市生活情報センター	〒650-0016	神戸市中央区橘通3-4-1	078-371-1221
姫路市消費生活センター	〒670-8501	姫路市安田四丁目1番地	079-221-2519
尼崎市立消費生活センター	〒661-0033	尼崎市南武庫之荘3丁目36番1号	06-6438-4194
あかし消費生活センター	〒673-0886	明石市東仲ノ町6-1　アスピア明石北館7階	078-912-0999
西宮市消費生活センター	〒663-8035	西宮市北口町1番1号　アクタ西宮西館5階	0798-69-3159
芦屋市消費生活センター	〒659-8501	芦屋市精道町7-6	0797-38-2034
伊丹市立消費生活センター	〒664-0895	伊丹市宮ノ前2丁目2番2号	072-772-0261
豊岡市くらしの相談室	〒668-8666	豊岡市中央町2番4号	0796-21-9001
加古川市消費生活センター	〒675-8501	加古川市加古川町北在家2000	079-427-9179
宝塚市消費生活センター	〒665-0852	宝塚市売布2丁目5-1　ピピアめふ1 5階	0797-81-4185
川西市消費生活センター	〒666-8501	川西市中央町12番1号	072-740-1333
三田市消費生活相談センター	〒669-1528	三田市駅前町2-1　三田駅前1番館6階	079-559-5032

奈良県

奈良県消費生活センター	〒630-8213	奈良市登大路町10-1	0742-27-0621
食の安全・消費生活相談窓口	〒635-8508	大和高田市大中98-4	0745-22-1701（代）
奈良市消費生活相談センター	〒630-8580	奈良市二条大路南1-1-1	0742-34-4741
大和郡山市消費者センター	〒639-1198	大和郡山市北郡山町248番地4	0743-53-1151
天理市消費生活センター	〒632-8555	天理市川原城町605	0743-63-1001
生駒市消費生活センター	〒630-0257	生駒市元町1丁目6番12号 生駒セイセイビル1階	0743-72-1100

和歌山県

和歌山県消費生活センター	〒640-8227	和歌山市手平2丁目1-2 県民交流プラザ･和歌山ビッグ愛8F	073-433-1551
和歌山県消費生活センター紀南支所	〒646-0027	田辺市朝日ヶ丘23番1号 県西牟婁総合庁舎内	0739-24-0999
和歌山市市民環境局市民生活部市民総務課消費生活相談窓口	〒640-8511	和歌山市七番丁23番地	073-435-1045

鳥取県

鳥取県消費生活センター西部消費生活相談室	〒683-0043	鳥取県米子市末広町294 米子コンベンションセンター4階	0859-34-2705
東部消費生活相談室	〒680-0011	鳥取県鳥取市東町1丁目271 県庁第二庁舎内	0857-26-7186
中部消費生活相談室	〒682-0816	鳥取県倉吉市駄経寺町212-5 倉吉未来中心内	0858-22-3000
米子市消費生活相談室	〒683-8686	米子市加茂町一丁目1番地	0859-35-6566
境港市消費生活相談室	〒684-8501	境港市上道町3000	0859-47-1106

島根県

島根県消費者センター	〒690-0887	松江市殿町8	0852-32-5916
松江市消費･生活相談室	〒690-8540	松江市末次町86番地	0852-55-5126
浜田市消費生活相談窓口	〒697-8501	浜田市殿町1番地	0855-22-2612
出雲市生活・消費相談センター	〒693-8530	出雲市今市町70番地	0853-21-6682

岡山県

岡山県消費生活センター	〒700-0807	岡山市北区南方2丁目13-1	086-226-1019
岡山県消費生活センター津山分室	〒708-8506	津山市山下53	0868-23-1253
岡山市消費生活センター	〒700-8544	岡山市北区大供1-1-1	086-803-1109
倉敷市消費生活センター	〒710-8565	倉敷市西中新田640番地	086-426-3115
津山市民消費生活係	〒708-8501	津山市山北520番地	0868-32-2057

広島県

尾三地域県民相談室	〒722-0002	尾道市古浜町26-12	0848-25-2011
環境県民局総務管理部消費生活課 (広島県生活センター)	〒730-8511	広島市中区基町10-52	082-223-6111
呉地域県民相談室	〒737-0811	呉市西中央1-3-25	0823-22-5400
東広島地域県民相談室	〒739-0014	東広島市西条昭和町13-10	082-422-6911
福山地域県民相談室	〒720-0031	福山市三吉町1-1-1	084-931-5522
北部地域県民相談室	〒728-0013	三次市十日市東4-6-1	0824-62-5522
広島市消費生活センター	〒730-0011	広島市中区基町6番27号 アクア広島センター街8階	082-225-3329
呉市消費生活センター	〒737-8501	呉市中央4丁目1番6号	0823-25-3218
三原市消費生活センター	〒723-8601	三原市港町三丁目5番1号	0848-67-6410
尾道市消費生活センター	〒722-8501	尾道市久保1-15-1	0848-25-7182
福山市消費生活センター	〒720-8501	福山市東桜町3番5号	084-928-1188
三次市消費生活センター	〒728-8501	三次市十日市中二丁目8番1号	0824-62-6222
東広島市消費生活センター	〒739-8601	東広島市西条栄町8番29号	082-421-7189
廿日市市消費生活センター	〒738-8501	廿日市市下平良一丁目11-1	0829-31-1841

山口県

山口県消費生活センター	〒753-0821	山口市葵2丁目6-2	083-924-2421
下関市消費生活センター	〒750-0025	下関市竹崎町4-4-2-201	083-231-1270
宇部市消費生活センター	〒755-8601	宇部市常盤町1丁目7番1号	0836-34-8157
山口市消費生活センター	〒753-8650	山口市亀山町2-1	083-934-7171
萩市消費生活センター	〒758-8555	萩市大字江向510	0838-25-3373
防府市消費生活相談窓口	〒747-8501	防府市寿町7番1号	0835-25-2129
下松市消費生活センター	〒744-8585	下松市大手町三丁目3-3	0833-44-0999
光市消費生活センター	〒743-8501	光市中央6-1-1	0833-72-1400
周南市消費生活センター	〒745-8655	周南市岐山通1丁目1番地	0834-22-8321

徳島県

徳島県消費者情報センター	〒770-0902	徳島市西新町2丁目5	088-623-0612
徳島市消費生活センター	〒770-0834	徳島市元町1丁目24番地	088-625-2326
鳴門市消費生活センター	〒772-0003	鳴門市撫養町南浜字東浜274	088-686-3776

香川県

香川県消費生活センター	〒760-8570	高松市番町4-1-10	087-833-0999
香川県東讃県民センター	〒769-2401	さぬき市津田町津田　930-2	0879-42-1370
香川県小豆県民センター	〒761-4121	小豆郡土庄町渕崎甲2079-5	0879-62-2266
香川県中讃県民センター	〒765-0014	善通寺市生野本町1-1-12	0877-62-9610
香川県西讃県民センター	〒768-0067	観音寺市坂本町7-3-18	0875-25-5200
高松市消費生活センター	〒761-8571	高松市番町一丁目8番15号	087-839-2067

愛媛県

愛媛県消費生活センター	〒791-8014	松山市山越町450番地	089-926-2603
松山市消費生活相談窓口	〒790-8571	松山市二番町四丁目7-2	089-948-6382
今治市市民相談室消費生活相談窓口	〒794-8511	今治市別宮町一丁目4番地1	0898-36-1531
宇和島市消費生活センター	〒798-8601	宇和島市曙町1番地	0895-24-1111
八幡浜市消費生活センター	〒796-8501	八幡浜市北浜一丁目1番1号	0894-22-5971
新居浜市消費生活相談窓口	〒792-8585	新居浜市一宮町1-5-1	0897-65-1206

高知県

高知県立消費生活センター	〒780-0935	高知市旭町3丁目115	088-824-0995
高知市市民相談センター	〒780-8571	高知市本町5-1-45	088-823-9433

福岡県

福岡県消費生活センター	〒812-0046	福岡市博多区吉塚本町13番50号 福岡県吉塚合同庁舎内	092-632-1600
北九州市立消費生活センター	〒804-0067	北九州市戸畑区汐井町1-6 ウェルとばた7階	093-871-0428
北九州市立消費生活センター門司相談窓口	〒801-8510	北九州市門司区清滝1-1-1 門司区役所1階	093-331-8383
北九州市立消費生活センター小倉北相談窓口	〒803-8510	北九州市小倉北区大手町1-1 小倉北区役所3階	093-582-4500
北九州市立消費生活センター小倉南相談窓口	〒802-8510	北九州市小倉南区若園5-1-2 小倉南区役所3階	093-951-3610
北九州市立消費生活センター若松相談窓口	〒808-8510	北九州市若松区浜町1-1-1 若松区役所1階	093-761-5511
北九州市立消費生活センター八幡東相談窓口	〒805-8510	北九州市八幡東区中央1-1-1 八幡東区役所別館2階	093-671-3370
北九州市立消費生活センター八幡西相談窓口	〒806-8510	北九州市八幡西区筒井町15-1 八幡西区役所1階	093-641-9782
福岡市消費生活センター	〒810-0073	福岡市中央区舞鶴2丁目5-1 あいれふ7F	092-712-2929
大牟田市消費生活相談窓口	〒836-8666	大牟田市有明町2丁目3番地	0944-41-2623
久留米市消費生活センター	〒830-0037	久留米市諏訪野町1830-6	0942-30-7700
飯塚市消費生活センター	〒820-0005	飯塚市新飯塚20-30	0948-22-0857
筑後市消費生活相談窓口	〒833-8601	筑後市大字山ノ井898番地	0942-53-4111
中間市消費生活相談窓口	〒809-8501	中間市中間1-1-1	093-246-5110
小郡市消費生活相談室	〒838-0141	小郡市小郡283-13	0942-72-2111
筑紫野市消費生活センター	〒818-8686	筑紫野市二日市西1-1-1	092-923-1111
宗像市消費生活センター	〒811-4183	宗像市土穴3-1-45	0940-33-5454

佐賀県

佐賀県くらしの安全安心課	〒840-0815	佐賀市天神3-2-11	0952-24-0999
佐賀市消費生活センター	〒840-0801	佐賀市駅前中央1-8-32	0952-40-7086
唐津市消費生活センター	〒847-8511	唐津市西城内1番1号	0955-73-0999

鳥栖市消費生活センター	〒841-8511	鳥栖市宿町1118番地	0942-85-3800
武雄市消費生活センター	〒849-2201	武雄市北方町大字志久1557番地	0954-36-6022

長崎県

長崎県消費生活センター	〒850-0057	長崎市大黒町3-1　交通産業ビル4F	095-820-8065
長崎市消費者センター	〒850-0877	長崎市築町3番18号　メルカつきまち4階	095-829-1500
佐世保市消費生活センター	〒857-0056	佐世保市平瀬町3-1	0956-22-2592
諫早市消費生活センター	〒854-0016	諫早市高城町5-25　高城会館3階	0957-22-3113

熊本県

熊本県消費生活センター	〒862-8570	熊本市水前寺6丁目18番1号	096-383-0999
熊本市消費者センター	〒860-0806	熊本市花畑町3-1	096-353-5757

大分県

大分県消費生活・男女共同参画プラザ	〒870-0037	大分市東春日町1-1	097-534-4034 534-0999
大分市市民活動・消費生活センター	〒870-0021	大分市府内町3丁目7番39号	097-573-3770

宮崎県

宮崎県消費生活センター	〒880-0051	宮崎市江平西2-1-20	0985-32-7171
宮崎県消費生活センター都城支所	〒885-0024	都城市北原町16街区1	0986-24-0998
宮崎県消費生活センター延岡支所	〒882-0812	延岡市本小路39の3	0982-31-0998

鹿児島県

鹿児島県消費生活センター	〒892-0821	鹿児島市名山町4-3鹿児島県地域振興公社ﾋﾞﾙ内	099-224-0999
鹿児島県大島支庁大島消費生活相談所	〒894-8505	奄美市名瀬永田町17-3　大島支庁内	0997-52-0999
鹿児島市消費生活センター	〒890-0063	鹿児島市鴨池2丁目25番1-31号	099-258-3611

沖縄県

沖縄県県民生活センター	〒900-0036	那覇市西3-11-1	098-863-9214
沖縄県県民生活センター宮古分室	〒906-0012	宮古島市平良西里1125	0980-72-0199
沖縄県県民生活センター八重山分室	〒907-0002	石垣市真栄里438-1	0980-82-1289
那覇市市民協働推進課市民生活相談室	〒900-8585	那覇市泉崎1-1-1	098-862-9955
宜野湾市市民生活課	〒901-2710	宜野湾市野嵩1丁目1番1号	098-893-4411 (438)
沖縄市市民生活課消費生活相談	〒904-8501	沖縄市仲宗根町26-1	098-939-1212 (内線2209)

３．ホームページアドレス一覧

各省庁のホームページアドレス一覧

各省庁名	ホームページアドレス
首相官邸	http://www.kantei.go.jp
内閣官房	http://www.cas.go.jp/
内閣府	http://www.cao.go.jp
公正取引委員会	http://www.jftc.go.jp/
警察庁	http://www.npa.go.jp
金融庁	http://www.fsa.go.jp
消費者庁	http://www.caa.go.jp/
総務省	http://www.soumu.go.jp
法務省	http://www.moj.go.jp
外務省	http://www.mofa.go.jp/mofaj/
財務省	http://www.mof.go.jp
文部科学省	http://www.mext.go.jp
厚生労働省	http://www.mhlw.go.jp
農林水産省	http://www.maff.go.jp
経済産業省	http://www.meti.go.jp
国土交通省	http://www.mlit.go.jp
環境省	http://www.env.go.jp
防衛省	http://www.mod.go.jp/

地方公共団体のホームページアドレス一覧

団体名	ホームページアドレス
北海道	http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/sak/index.htm
青森県	http://www.aca.or.jp/
岩手県	http://www.pref.iwate.jp/info.rbz?nd=267&ik=3&pnp=59&pnp=267
宮城県	http://www.pref.miyagi.jp/menu/424.htm
秋田県	http://www.pref.akita.lg.jp/icity/browser?ActionCode=genlist&GenreID=10000000000995
山形県	http://www.pref.yamagata.jp/living/life/6021006public_html.html
福島県	http://wwwcms.pref.fukushima.jp/pcp_portal/PortalServlet?DISPLAY_ID=DIRECT&NEXT_DISPLAY_ID=U000004&CONTENTS_ID=10734
茨城県	http://www.pref.ibaraki.jp/bukyoku/seikan/seibun/seibun.htm
栃木県	http://www.pref.tochigi.lg.jp/life/shouhi/seikatsu/shouhi_index.html
群馬県	http://www.pref.gunma.jp/cts/PortalServlet?DISPLAY_ID=DIRECT&NEXT_DISPLAY_ID=U000004&CONTENTS_ID=4625
埼玉県	http://www.kurashi.pref.saitama.lg.jp/
千葉県	http://www.pref.chiba.lg.jp/syozoku/b_kenmin/customer/index-s.html
東京都	http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/
神奈川県	http://www.pref.kanagawa.jp/osirase/syohi/index.html
新潟県	http://www.pref.niigata.lg.jp/shohishagyosei/consumer.html
富山県	http://www.pref.toyama.jp/cms_sec/1711/index.html
石川県	http://www.pref.ishikawa.jp/seikatu/shouhi/index.html
福井県	http://www.pref.fukui.lg.jp/doc/kenan/index.html
山梨県	http://www.pref.yamanashi.jp/kurashi/seikatsu/shohi/index.html
長野県	http://www.pref.nagano.jp/kikaku/seikatsu/jyouhou/index.htm
岐阜県	http://www.pref.gifu.lg.jp/pref/s11260/profile/a-2.htm
静岡県	http://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-110/syouhiseikatujyouhou.htm
愛知県	http://www.pref.aichi.jp/kenmin/shohiseikatsu/
三重県	http://www.pref.mie.jp/SHOUHI/HP/
滋賀県	http://www.pref.shiga.jp/c/kensei/
京都府	http://www.pref.kyoto.jp/shohise/index.html
大阪府	http://www.pref.osaka.jp/shouhi/index.html
兵庫県	http://web.pref.hyogo.lg.jp/org/org_ac10.html
奈良県	http://www.pref.nara.jp/dd_aspx_menuid-1262.htm
和歌山県	http://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/031300/index.html
鳥取県	http://www.pref.tottori.lg.jp/dd.aspx?menuid=3595
島根県	http://www.pref.shimane.lg.jp/shohiseikatsu/
岡山県	http://www.pref.okayama.jp/soshiki/kakuka.html?sec_sec1=21

広島県	http://www.pref.hiroshima.lg.jp/category/1000000000010/index.html
山口県	http://www.pref.yamaguchi.lg.jp/cms/a12100/index/
徳島県	http://our.pref.tokushima.jp/kurashi/
香川県	http://www.pref.kagawa.jp/kenmin/sankaku/jyourei/newpage001.htm
愛媛県	http://www.pref.ehime.jp/h15100.html
高知県	http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/141601/
福岡県	http://www.pref.fukuoka.lg.jp/soshiki/4300508.html
佐賀県	http://www.pref.saga.lg.jp/web/at-contents/kurashi_anzen/shohi/kurashinoanzen.html
長崎県	http://www.pref.nagasaki.jp/shouhi/index.html
熊本県	http://www.pref.kumamoto.jp/site/shouhiseikatsu/
大分県	http://www.pref.oita.jp/kurashi/seikatsu.html
宮崎県	http://www.pref.miyazaki.lg.jp/index/category/03_volunteer.html
鹿児島県	http://www.pref.kagoshima.jp/kurashi-kankyo/syohi/index.html
沖縄県	http://www.pref.okinawa.jp/seikatsu/

○「ハンドブック消費者 2010」へのご意見・ご感想はこちらからお寄せください。

https://form.caa.go.jp/shohisha/opinion-0002.php

索　引

あ行

アフィリエイト…… 154
アポイントメントセールス…… 81
アレルギー物質…… 58
一日摂取許容量…… 44
一般媒介契約…… 119
遺伝子組換え食品…… 57
違法・有害情報…… 133, 151
医薬品副作用被害救済制度…… 63
インターネット・バンキング
……… 161, 162
インターネット通販…… 139
栄養機能食品…… 59
液化石油ガスの保安の確保及び
取引の適正化に関する法律…… 66
液化石油ガス用ガス漏れ警報器
検定合格証…… 201
エコマーク…… 175
エステティック…… 163
送り付け商法（ネガティブオプション）
…… 85

か行

回収制度…… 62
化学製品…… 72
化学物質排出・移動量届出制度
（ＰＲＴＲ制度）…… 73, 188
架空請求…… 156
加工助剤…… 58
貸金業法…… 111
ガス事業法…… 67
割賦販売法…… 110
家庭用品品質表示法…… 76
環境カウンセラー…… 187
偽造・盗難キャッシュカード…… 158
キャッチセールス…… 81
キャリーオーバー…… 58
金融広報中央委員会…… 218
金融商品取引法…… 99
金融商品の販売等に関する法律…… 94
金融ＡＤＲ…… 203
クーリング・オフ…… 87
グリーン購入…… 182
グリーンマーク…… 176
クレジット取引…… 110
景品表示法…… 31
計量法…… 165
ケネディ大統領の４つの権利…… 10
健康食品…… 59
原産地表示…… 54
原状回復…… 123
建設工事紛争審査会…… 128
建築環境総合性能評価システム… 179
現物まがい商法…… 86
公益通報者保護法…… 299
公正競争規約…… 32
コーデックス委員会…… 169
コーデックス規格…… 169
国際エネルギースタープログラム
…… 178
国際消費者機構（ＣＩ）…… 172
国際標準化…… 173
国民生活センター…… 22
国民生活センター紛争解決委員会
…… 204
個人情報取扱事業者…… 141
個人情報の保護に関する法律…… 140
個人信用情報…… 112

さ行

サイバー犯罪…… 151
裁判外紛争解決手続（ＡＤＲ）… 203
差止請求権…… 190
残留農薬…… 43
資格講座商法（士商法）…… 82
資金決裁に関する法律…… 96
事故情報データバンク…… 38
事故情報分析タスクフォース…… 39
指定信用情報機関…… 111
私的独占の禁止及び公正取引の確保に
関する法律（独占禁止法）…… 167
自動車アセスメント…… 71
重大製品事故…… 65
住宅瑕疵担保履行法…… 118
住宅性能表示制度…… 116
住宅の品質確保の促進等に関する法律
…… 116
集団的消費者被害救済制度…… 197
出資の受入れ、預り金及び金利等の
取締りに関する法律（出資法）… 156
循環型社会…… 185
省エネルギーラベリング…… 177
消費期限…… 58
消費者安全法…… 243
消費者委員会…… 14
消費者関連専門家会議（ＡＣＡＰ）
…… 294
消費者基本計画…… 16, 235
消費者基本法…… 6, 229
消費者教育…… 207
消費者教育支援センター…… 210
消費者教育ポータルサイト…… 208
消費者金融…… 111
消費者契約法…… 29, 255
消費者信用取引…… 105
消費者団体…… 288
消費者団体訴訟制度…… 190
消費者庁…… 13
消費者の権利…… 8
消費者ホットライン…… 20
消費者問題出前講座…… 225
消費生活センター…… 19, 342
消費生活用製品…… 65
消費生活用製品安全法…… 65
商品先物取引法…… 100
商品テスト…… 23
賞味期限…… 58
食育…… 212
食育基本法…… 212
食品安全委員会…… 42
食品安全基本法…… 41
食品衛生法…… 42
食品添加物…… 44
食品表示 110 番…… 60
食品表示ウォッチャー…… 61
３Ｒ…… 185
青少年インターネット環境整備法
…… 152
製造物責任法…… 197, 253
成年後見制度…… 300
製品安全４法…… 65
製品評価技術基盤機構…… 39
生物由来製品感染等被害救済制度… 63
全国警備業協会…… 297
全国消費生活相談員協会（ＪＡＣＡＳ）
…… 295
専属専任媒介契約…… 119
専任媒介契約…… 119

た行

宅地建物取引業法…… 118
多重債務…… 114
チャイルドシートアセスメント…… 71

チャレンジ25キャンペーン…… 183
長期使用製品安全点検・表示制度‥ 66
著作物再販適用除外制度…… 168
賃貸住宅標準契約書…… 121
次々販売商法…… 80
定期借家制度…… 127
定期賃貸住宅標準契約書…… 122
デート商法（恋人商法）…… 81
適格消費者団体…… 191
電気通信サービスの広告表示に関する自主基準…… 136
電気用品安全法…… 68
点検商法…… 78
電子商取引及び情報財取引等に関する準則…… 134
電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律…… 133
天然添加物…… 45
独占禁止法…… 167
督促手続…… 92
特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律…… 73
特定継続的役務提供…… 85
特定原材料…… 58
特定商取引法…… 77
特定商品等の預託等取引契約に関する法律（預託法）…… 86
特定製品…… 65
特定電気用品…… 69
特定保健用食品…… 60
特定保守製品…… 66
特別特定製品…… 65
都市ガス用ガス警報器証票…… 202
トレーサビリティ…… 48
ドロップシッピング…… 154

な行

内職・モニター商法…… 83
内容証明の制度…… 90
日中韓消費者政策協議会…… 171
日本クレジットカウンセリング協会…… 298
日本産業協会…… 293
日本司法支援センター…… 205
日本消費者協会…… 296
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（ＮＡＣＳ）…… 295
ねずみ講…… 155
農業生産工程管理（ＧＡＰ）…… 42
農薬取締法…… 44
農林水産消費安全技術センター…… 40
農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（ＪＡＳ法）…… 50

は行

パイオネット（ＰＩＯ－ＮＥＴ）‥ 38
販売信用…… 110
被害回復給付金支給制度…… 194
品質表示基準…… 52
フィッシング…… 139
フィルタリング…… 152
不完全燃焼警報器検定合格証…… 201
不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）…… 31
不動産適正取引推進機構…… 119
不動産特定共同事業…… 120
不当請求…… 156
プロバイダ責任制限法…… 151
振り込め詐欺救済法…… 195
防犯性能…… 130
保健機能食品制度…… 59
保険業法…… 98

ポジティブリスト制度 …… 43

ま行

マルチ商法 …… 84
マンション管理 …… 125
マンション管理の適正化の推進に関する法律 …… 125
未公開株取引 …… 104
見守り新鮮情報 …… 225
民事訴訟手続 …… 91
民事調停手続 …… 91
無限連鎖講（ねずみ講） …… 155
迷惑メール …… 137
メディアリテラシー …… 219

や行

約款 …… 32
ヤミ金融 …… 112
有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律 …… 74
有機ＪＡＳマーク …… 57
有機食品 …… 56
輸入食品 …… 50
預金保険制度 …… 93
預金保険法 …… 93
預貯金者保護法 …… 158

ら行

リコール制度 …… 70
利殖商法 …… 155
リスク管理 …… 73
リスクコミュニケーション …… 46, 74
リスク評価 …… 72
リフォーム …… 124
旅行業法 …… 163

アルファベット

ＡＤＩ（一日摂取許容量） …… 44
ＡＤＲ（裁判外紛争解決手続） … 203
ＢＬマーク …… 200
ＢＳＥ …… 48
ＣＡＳＢＥＥ …… 179
ＣＨＲＩＰ …… 75
ＣＩ（国際消費者機構） …… 172
ＣＰマーク …… 131
ＦＩＮＥ …… 113
ＨＡＣＣＰ手法 …… 42
ＨＡＰＩマーク …… 202
ＩＣＰＥＮ（消費者保護及び執行のための国際ネットワーク） …… 171
ＩＳＯ（国際標準化機構） …… 173
ＩＴ安心会議 …… 133
Ｊ－ＣＨＥＣＫ …… 74
ＪＡＳ規格 …… 51
ＯＥＣＤ／ＣＣＰ（消費者政策委員会） …… 25, 170
ＰＩＯ－ＮＥＴ（パイオネット） ‥ 38
ＰＲＴＲ制度 …… 73, 188
ＰＳＣマーク制度 …… 65
ＰＳＥマーク制度 …… 68
ＰＳＬＰＧマーク制度 …… 67
ＰＳＴＧマーク制度 …… 68
ＳＦ商法（催眠商法） …… 79
ＳＦマーク …… 201
ＳＧマーク …… 202
ＳＴマーク …… 201